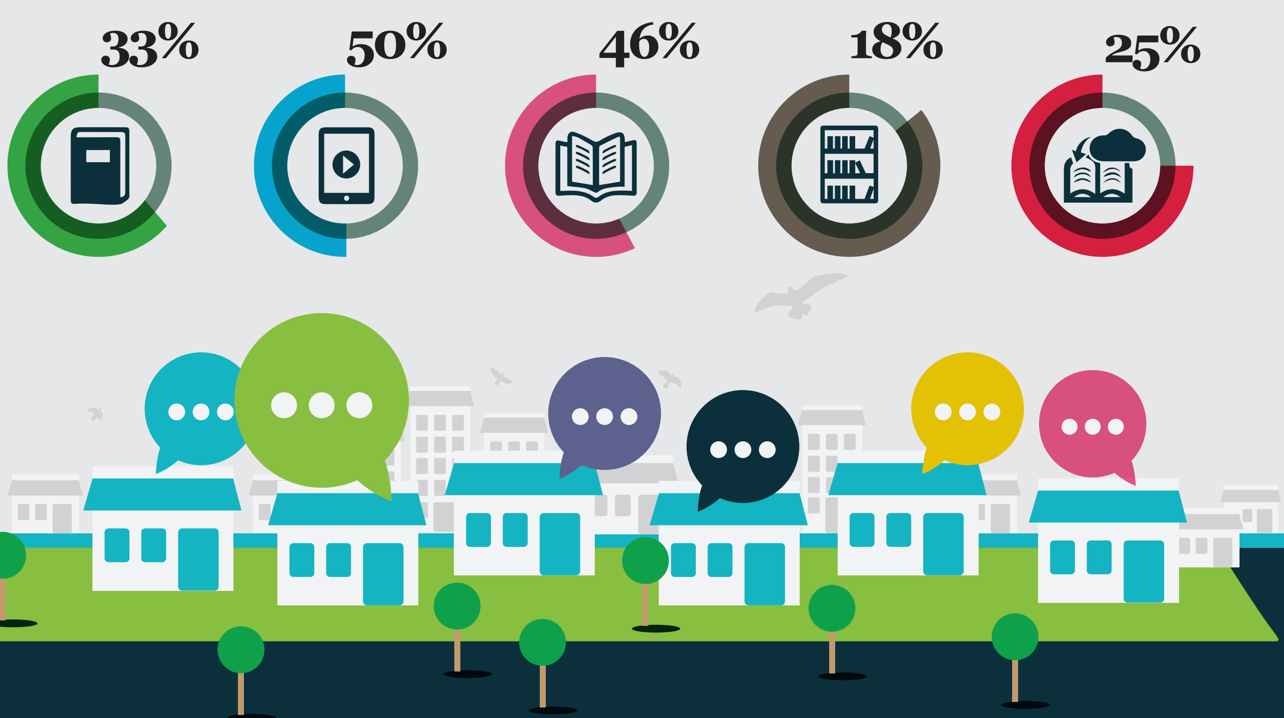
Lectores, libros, lecturas

Cambios en las prácticas y hábitos de lectura

Incluye los resultados de la Encuesta nacional de hábitos y prácticas de lectura 2011



Hilario Moreno | Santiago García | Valeria Sardi | Prólogos de Jorge Coscia y Rodolfo Hamawi

nuestraCultura

Secretaría de Cultura
Presidencia de la Nación

Lectores, libros, lecturas

Cambios en las prácticas y hábitos de lectura

Incluye los resultados de la Encuesta nacional de hábitos y prácticas de lectura 2011

Moreno, Hilario
Lectores, libros, lecturas : cambios en las prácticas y hábitos de lectura : incluye los resultados de la Encuesta Nacional de Hábitos y Prácticas de Lectura 2011 / Hilario Moreno ; Santiago García ; Valeria Sardi ; con prólogo de Jorge Coscia y Rodolfo Hamawi. - 1a ed. - Buenos Aires : Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2014
232 p. ; 20x28 cm.

ISBN 978-987-1968-10-7

1. Hábito de Lectura. 2. Estadísticas. I. García, Santiago II. Sardi, Valeria III. Coscia, Jorge, prolog. IV. Hamawi, Rodolfo, prolog. V. Título
CDD 028.982

ISBN 978-987-1968-10-7

Queda hecho el depósito que prevé la ley 11.723. Impreso en Argentina

EQUIPO DE TRABAJO

Fernando Bercovich
Alcira Garido
María Alejandra Fernández
Elena Mancinelli
Pablo Montiel
Laura Pérez
Patricia Ronsini
Martín Rosetti
Gerardo Sánchez
Ayar Sava
Julio Villarino
Juan Manuel Zanabria

Redacción: Hilario Moreno, Santiago García y Valeria Sardi
Estadísticas: Hilario Moreno
Diseño Gráfico: Ayar Sava
Edición y corrección: Raúl Blanco y Laura Pérez

ÍNDICE

PRÓLOGO

CRECER LEYENDO

¿Qué leemos los argentinos? ¿Cuánto tiempo dedicamos a este hábito privado, solitario y misterioso, a la vez que puente y punto de encuentros, intercambios y debates? ¿Lo hacemos en la biblioteca, en nuestras casas, en el aula, en los bares? ¿Qué decimos sobre lo que leemos? ¿Cómo se escribe el presente de la lectura y con qué palabras se dibuja su futuro?

Con espíritu verdaderamente transversal y federal, el Consejo Nacional de Lectura (integrado por la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación; los ministerios de Educación, de Trabajo, de Desarrollo Social y de Salud; la Biblioteca Nacional y la CONABIP, entre otros organismos) realizó la segunda Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura, durante octubre y noviembre de 2011, a personas de más de 12 años de edad, en todas las regiones del país. El resultado que arrojó esta investigación fue concreto: el 90 % de los argentinos es público lector.

Pero además de explorar el estado de situación de la lectura, este volumen busca despejar los distintos interrogantes que surgen alrededor de una actividad universal y tan indispensable como el aire y el alimento, para poder programar mejores políticas públicas, y optimizar los programas y planes en curso.

Justamente, esta ardua tarea de recolección de datos tuvo como premisa fundamental conocer las costumbres, las motivaciones y los soportes utilizados por los distintos tipos de lectores, abordando sin tapujos la "polémica" entre el mundo impreso y el digital. Y lo hicimos con todo detalle, a través del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), una potente herramienta de gestión que provee información certera, de alcance nacional y federal.

A la vez, cruzando los abundantes números y gráficos que compila la encuesta con las cifras que mensuran la intervención estatal a fin de impulsar la actividad de la lectura, es posible superponer otra hipótesis, otra interpretación de los datos recogidos. Sabemos que, desde 2003, se elevó el porcentaje de lectores en toda la Argentina. Un 4 % más de personas incorporaron el hábito de la lectura diaria. En otras palabras, 9 de cada 10 argentinos lee en algún tipo de formato, ya sea en papel o digital. En este sentido, cabe la pregunta sobre cómo formar más y mejores lectores, tarea que el Estado nacional abordó con tenacidad en la última década: de forma gratuita, distribuyó 111 millones de libros en escuelas y otros espacios, hito en nuestra historia escrita.

Sin duda, hemos demostrado que la aplicación eficaz de políticas públicas incentivan e incrementan el acceso a la cultura de todos los habitantes del territorio nacional. Celebramos, en esta oportunidad, el acercamiento al poder del libro y la lectura, que no debe ser entendida solo como un proceso de alfabetización, sino también como un acto de soberanía y libertad que nos iguala como pueblo.

Es en este punto donde debemos seguir esforzándonos, con trabajo y dedicación, para ampliar horizontes que fortalezcan el valor del libro y de la cultura toda, y continuar, de este modo, construyendo un país más inclusivo y democrático. Por los lectores de hoy y para los lectores del mañana.

JORGE
COSCIA

Desde 2009 es secretario de Cultura de la Presidencia de la Nación. Reconocido cineasta, es egresado del Centro de Experimentación y Realización Cinematográfica. Fue diputado nacional entre 2005 y 2009, y presidente del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) de 2002 a 2005. Fue condecorado con la Orden de Caballero de las Artes y las Letras de Francia. Publicó *Del estallido a la esperanza*, en 2005; *La esperanza sitiada*, en 2009; *La encrucijada del Bicentenario*, en 2011; y la novela *Juan y Eva*, en 2011.

RODOLFO **HAMAWI**

Se especializa en edición, gestión cultural, filosofía contemporánea, marketing estratégico y consorcio de exportación. Entre 2007 y 2009 fue presidente de la Comisión del Libro Social y Político de la Cámara Argentina del Libro (CAL) y responsable de la organización de la Feria del Libro Social y Político de la Ciudad de Buenos Aires. Entre 2001 y 2003 fue presidente de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara Argentina del Libro. Como parte de su actividad laboral, desde 1999 es titular de la Editorial Altamira. Entre 1999 y 2000 fue editor responsable de la revista El porteño. Entre 1995 y 1999, fue gerente general de la Editorial ACME -Colección Robin Hood-. Entre 1992 y 1995 fue el titular de la distribuidora de revistas culturales DC (Distribuyendo Cultura) y representante de ARCE (Asociación de Revistas Culturales Españolas). Y entre 1987 y 1992, se desempeñó como gerente de marketing de Ruiball Hnos. S.A. Desde 2009 es Director Nacional de Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación.

PRÓLOGO

EL LIBRO ES UN TIEMPO: NO ES UN LUGAR, NO ES UN SOPORTE

La nueva Encuesta Nacional de Lectura impulsada por el Ministerio de Educación, la Secretaría de Cultura de la Nación y otros organismos públicos en el marco del Consejo Nacional de Lectura aporta valiosos datos sobre la experiencia de leer. Pero sobre todas las cosas dispara nuevos interrogantes en busca de entender cada vez más cómo evoluciona la lectura, en especial en ese salto fabuloso de los libros a las pantallas.

Los resultados de la encuesta nos muestran que en la actualidad se han instalado nuevas maneras de escribir (chat, sms, Twitter, whatsApp, etc) y, por ende, nuevas maneras de leer (tablet, libros electrónicos, además de los canales mencionados). Se podrá decir que estos nuevos abordajes de la lectoescritura no son comparables con los tradicionales en intensidad y profundidad, pero por su capilaridad y masividad no pueden ser soslayados y merecen que nos esforcemos cada vez más para extraer aprendizajes de estas prácticas extendidas.

Están cambiando también los actores sociales y económicos que constituyeron la industria editorial. La transferencia de ingresos de un sector de la industria cultural a la de la fabricación de dispositivos electrónicos es descomunal. Y a la vez, asistimos al desarrollo extraordinario de esa gigantesca memoria extendida planetaria denominada "la nube", donde los contenidos están pero no están, todo el tiempo y en todo lugar. Esta nueva realidad nos invita a pensar de manera perentoria sobre la concentración del control de contenidos en monopolios globales, que exigirán a la esfera pública ejercitar el músculo de la imaginación para garantizar la diversidad y la soberanía cultural.

Entre la biblioteca y Google, entre el cyber y las netbooks de Conectar Igualdad, existe una multiplicidad de oportunidades para la lectura y un sinfín de experiencias sociales diferentes. La biblioteca mantiene la relevancia social vinculada al estudio y la investigación pero pierde frente a los buscadores en la red cuando hablamos de actualidad y acceso a la información. En todos los casos, que conviven y se solapan muchas veces, los nuevos contextos de lectura producen nuevas maneras de leer. Y allí se abren otros campos para seguir investigando.

La brecha digital y tecnológica nos exige además un trabajo constante para universalizar el acceso, para que la democratización que el mercado sugiere con la proliferación de dispositivos móviles, sólo alentada por el afán del lucro, no se trunque en las barreras de la imposibilidad económica, social y educativa. Allí resulta vital el rol del Estado para garantizar la igualdad sin distinción de geografías.

La Encuesta Nacional de Lectura ofrece entonces un nuevo punto de partida, un nuevo desafío motivado por sus propias conclusiones. La mejor síntesis creo que la dio el amigo y experto Roberto Igarza en el Mercado de Industrias Culturales (MICA) 2013: "El libro es un tiempo: no es un lugar, no es un soporte". Esta brillante definición deja definitivamente atrás la polémica entre el libro de papel y las pantallas, que seguirán coexistiendo mucho tiempo, para mostrarnos un camino luminoso de reflexión y de investigación sobre una de las experiencias más maravillosas de la historia de la humanidad.

LOS NÚMEROS DE LA LECTURA EN ARGENTINA. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA SEGUNDA ENCUESTA NACIONAL DE HÁBITOS DE LECTURA, AÑO 2011

HILARIO MORENO
SANTIAGO GARCÍA

HILARIO **MORENO**

Hilario Moreno. Es licenciado (UBA) y doctorando (UNSAM) en Ciencia Política. Especialista en diseño y análisis estadístico de estudios de opinión pública, desde hace más de 10 años se dedica a la evaluación de gestión de gobiernos y comportamiento electoral por medio de encuestas.
Fue Director de Estadísticas del Municipio de Morón entre 2003 y 2010. En la actualidad es asesor del municipio de Quilmes y consultor independiente en diversos organismos e instituciones.
Fue docente en UBA, UNSAM, UCES y UCA en cursos de metodología y análisis estadístico, en carreras de grado y postgrado. También fue becario del CONICET y ha publicado varios artículos sobre comportamiento electoral en la *Revista SAAP*, en la *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública* (REMAP), entre otras.

SANTIAGO **GARCÍA**

Es Licenciado en Ciencia Política (UBA) y maestrando en Diseño, Gestión y Análisis de Encuestas (Universidad Nacional de la Matanza - INDEC).
Desde 2010 trabaja en el Instituto Nacional contra la Discriminación, el Racismo y la Xenofobia (INADI), Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, en la Coordinación de Tecnologías de la Información.
Es docente del seminario *Liderazgos presidenciales sudamericanos en el siglo XXI* en la Facultad de Ciencia Política de la Universidad de Buenos Aires. Ha publicado artículos sobre diversos temas, entre los que se destaca la problemática de los Derechos Humanos y, especialmente, la Trata de Personas.

LOS NÚMEROS DE LA LECTURA EN ARGENTINA

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA SEGUNDA ENCUESTA NACIONAL DE HÁBITOS DE LECTURA, AÑO 2011

La segunda Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura (ENHL) del año 2011 permite observar cambios y continuidades en las prácticas, preferencias, motivaciones y tiempo dedicado a la lectura, entre otros datos. Tiene como antecedente una encuesta similar, encargada en el año 2001 por el Ministerio de Educación de la Nación a la firma Catterberg y asociados. Esta vez, y en el marco del Consejo Nacional de Lectura[1], se decidió realizar una segunda medición que permitiera observar la evolución de las prácticas de lectura en Argentina diez años después de aquel entonces, para profundizar en algunos aspectos nuevos, como la lectura digital y las prácticas de lectura a los niños en el hogar.

De esa experiencia nace el análisis que se lleva a cabo en este artículo, que tiene por objeto resumir los aspectos más relevantes de la encuesta. Los análisis posibles siempre son múltiples y ninguno particular llega a resumirlos a todos. En las páginas que siguen elegimos describir una selección de resultados en función de las aperturas de información más habituales que permite la encuesta, a saber: evolución temporal (comparación con los resultados de 2001), sexo, grupos de edad, niveles socioeconómicos y regiones. En este libro se presenta también toda la información de la encuesta para que el lector pueda revisar las cuestiones que aquí se plantean y realizar el análisis de datos como lo crea conveniente.

Vayamos a los datos, comenzando por la **evolución de la lectura entre el 2001 y el 2011.** Ya en el 2001 los lectores, definidos como quienes leen durante 15 minutos o más algún tipo de material, llegaban al 86% y hacia 2011, ascendían al 90%. También crecía la intensidad de lectura, en particular, las categorías superiores (lectores que leían entre 7 y 14 o más de 14 horas semanales).

Por otra parte, en los últimos 10 años comenzó a incidir en estas prácticas la lectura digital. De ser un fenómeno menor en 2001, con sólo un 21% de personas que la practicaban, la lectura de la pantalla de la computadora llega en 2011 al 48% y, entre los menores de 25 años, redondea el 75%. Esto sin que descienda la lectura en los formatos tradicionales: la lectura de *1 libro al año* crece alrededor de 7 puntos, el diario se mantiene estable y sólo cae alrededor de 5% la lectura de revistas.

En relación con este fenómeno, pareciera que la lectura digital más que desplazar los formatos de lectura tradicionales (diarios, libros y revistas) tiende a combinarse con ellos, reforzándose

1. El Consejo Nacional de Lectura es un consejo interministerial conformado por los Ministerios nacionales de Educación, Trabajo, Desarrollo Social y Salud, la Secretaría de Cultura, la CONABIP, la Biblioteca Nacional, Radio y Televisión Argentina.

ambos mutuamente. Esta hipótesis surge al observar que la mayoría de los lectores digitales son también lectores de libros, diarios y revistas, y que tienden a leer sustantivamente más libros, diarios y revistas que los lectores no digitales. La imagen de los lectores digitales como gente que "solo mira Facebook" no se condice con los resultados. El grupo de lectores que sólo usa la PC sin leer libros ni diarios es sólo de un 2%. La pantalla puede atentar contra el soporte papel, pero difícilmente contra las prácticas lectoras.

Respecto de las **diferencias de lectura por géneros**, lo primero que se observa es que las tasas de lectura son similares entre hombres y mujeres. Existen, sí, diferencias en relación con lo que leen unos y otros. Los hombres leen un poco más el diario (80% contra 76%) y apenas más de la pantalla de la PC. Las mujeres, en cambio, leen más libros (66% vs. 58%), revistas (69% a 54%) y publicaciones no masivas, como periódicos barriales, religiosos, políticos, institucionales y de baja tirada en general. Difieren entre los sexos, especialmente, los motivos de lectura: mientras que los hombres vinculan la lectura más con la *necesidad de estar informados* (7% más que las mujeres) y con la *lectura por trabajo* (6% más); las mujeres destacan más la lectura *por placer* (6% más) y *para aprender cosas nuevas* (8% más). También las mujeres se manifiestan más interesadas por la lectura y compran más libros que los hombres.

Cuando observamos **la lectura en los distintos grupos de edad**, notamos que se destacan fuertemente los dos grupos de los extremos: las personas de entre 12 y 17 años, y los mayores de 60 años. Estos últimos grupos concentran a las personas que tienden a leer menos que el resto. Destacan entre las razones de no lectura las cuestiones económicas que dificultan la posibilidad de leer y, especialmente, los problemas de vista. Estas dificultades de los mayores tienden a repetirse en las distintas formas de lectura.

En cuanto al grupo de los más jóvenes, sólo presentan menos lectores de diarios, pero son los jóvenes los que concentran más lectores que el resto de los grupos en todos los demás formatos. Entre los 12 y los 17 años no sólo hay menos lectores de diarios, sino que este grupo lee con menos frecuencia y no manifiesta el hábito de leer el diario todos los días. Quizás sea porque estos nativos digitales se informan más por otros medios o porque a esa edad aún son pocos quienes tienen el hábito de leer el diario. Lo cierto es que lo leen menos y que encuestas posteriores podrán mostrar si se trata o no de una tendencia. No obstante, este grupo tiene muchos lectores de libros (80%), de revistas (73%) y, especialmente, de la pantalla de la PC (76%). Seguramente el papel integrador de la escuela y las mejores tasas de escolarización estén teniendo mucho que ver con estos resultados, especialmente en el caso de los libros; pero la lectura en PC y la lectura de revistas nos hablan también de algún tipo de iniciativa y deseo propio de leer por parte de los adolescentes. Los nativos digitales parecen venir con un "sistema operativo" distinto del de los nativos analógicos, que los lleva, por ejemplo, a preferir más la lectura mediante herramientas interactivas (redes sociales, chats, blogs) y menos la de los formatos analógicos adaptados a la PC (mails, diarios, etcétera).

Los **niveles socioeconómicos muestran diferencias significativas en las tasas de lectura**. Como era de esperarse, los sectores más pobres leen menos que los medios y altos. Si bien las diferencias no son alarmantes y varían bastante de un formato a otro, son persistentes y lo suficientemente significativas como para prestarles atención. Esta brecha no parece estar ligada a problemas más profundos, como el analfabetismo (tan sólo un 3% de los más pobres dice no saber leer ni escribir), sino más bien a la ausencia o falta de prácticas y costumbres de distinto tipo que redundan en menos lectura. Algunas de las causas de la no lectura se vinculan con diversos tipos de ocupaciones, con la influencia familiar, gustos y preferencias distintas y también, aunque en menor medida, con el acceso y disponibilidad de materiales de lectura (como la menor cantidad de libros en los hogares pobres respecto de los demás). Quizás el dato más importante a tener en cuenta a futuro sean las diferencias en el acceso a la lectura digital, dado que el grado de crecimiento que están teniendo estas prácticas y el tamaño de la brecha observada pueden llegar a ser claves a la hora de disminuir las desigualdades de lectura del futuro.

Finalmente, también observamos las **diferencias en la lectura según las regiones del país**. Lo más relevante es que no se observan diferencias grandes y concluyentes y, las más de las veces, las

apreciaciones que se hacen suelen estar sobre los límites del margen de error. Con todo, se puede afirmar que la región Centro parece tener tasas de lectura un poco mejores que el resto del país, y que el NOA parece ser la región con valores más bajos. También se pueden observar algunas particularidades regionales según los distintos formatos o los indicadores que tengamos en cuenta. En la Patagonia, por ejemplo, parecería que se leen menos libros, aunque se leen más diarios y más en pantalla. Otro dato particular es que las regiones Centro y GBA tienen mayor cantidad de libros en los hogares.

Esos fueron algunos de los aspectos más destacados. Para continuar el análisis es mejor pasar a una lectura más profunda de lo que ocurre con la lectura en cada una de estas temáticas comparadas, así como revisar completamente el apartado con los resultados completos de la encuesta.

1. LA EVOLUCIÓN DE LA LECTURA EN 10 AÑOS: NIVELES DE PLENA LECTURA

Comenzaremos explicitando la categoría de *lector* empleada en la encuesta y en el correspondiente informe. Por supuesto, la definición de esta categoría no se supone exenta de debates, objeciones ni polémicas.

Una de las primeras decisiones para la encuesta fue optar por una estrategia pragmática, que permitiera trabajar alternativamente con distintas definiciones de lectura, según el interés y la perspectiva del investigador en cuestión. Como la encuesta del año 2001 ya había adoptado una definición, se nos imponía la necesidad de continuidad para poder realizar una comparación diacrónica. Afortunadamente, la definición de *lector* de la encuesta 2001 partió de un umbral bastante bajo y abarcativo, lo que nos permitió tomar esa definición y, eventualmente, escalar niveles más exigentes de lectura agregando mayores requisitos a los mismos indicadores.

Así las cosas, se utilizó la definición de *lector* del informe Catterberg del 2001[2], que considera lectora a **toda persona que lea de modo corrido por 15 minutos o más, cualquiera sea el formato de lectura**. En particular, que sea lector de diarios, revistas, otras publicaciones, libros o textos en pantalla (de PC). Quedarían excluidos de esta definición quienes sólo leen notas, mensajes de texto, subtítulos u otras formas de lectura efímera. De acuerdo con la estrategia de investigación pragmática que adoptamos, otro conjunto de indicadores que profundizan en la variedad de formatos y en las frecuencias de lectura, permitirían reprocesar luego los indicadores de la encuesta y considerar definiciones alternativas de *lector*.

Ya con los resultados de la encuesta a mano, como primera aproximación se puede afirmar que hubo una evolución positiva de los niveles de lectura en nuestro país. Aun partiendo de un piso ya muy elevado en 2001 (86% de población por encima del "umbral mínimo" de un cuarto de hora de lectura), hacia el 2011 se observa una incorporación de un 4% de la población a la categoría *lector*. De esta manera, en 2011 se observa que 9 de cada 10 habitantes argentinos lee en algún formato, durante al menos 15 minutos corridos. Estos son niveles que podríamos considerar como de "plena lectura".

2. La encuesta del año 2001 fue encargada por el Ministerio de Educación de la Nación y la realizó la consultora Catterberg y asociados, bajo la dirección de Eduardo Fidanza. De la misma sólo quedó registro del informe y de él fueron extraídos todos los datos correspondientes al año 2001.

LECTURA EN GENERAL:
LECTORES, EX-LECTORES Y NO LECTORES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
Lectores	86	90
Ex-lectores	14	7
Lee notas		2
No lee		1,5

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Una segunda aproximación a la comparación temporal de la lectura en general puede surgir del análisis de las frecuencias de lectura, considerando aquí no sólo a quienes superaron el umbral más bajo, sino a cada uno de los grupos en una escala de mayor a menor lectura. Para ello, y atendiendo también a las definiciones de la encuesta de 2001, se cruzó la información de *horas de lectura* con la de *días de lectura*, para establecer categorías ordinales de lectores, según la cantidad de horas aproximadas que dedicaran a la lectura en el término de una semana.

Lectura baja: de 15 minutos a 1 hora y media semanales.
Lectura moderada: de 1 hora y media a 3 horas y media semanales.
Lectura media: de 3 horas y media a 7 horas semanales.
Lectura alta: de 7 a 13 horas semanales.
Lectura intensa: más de 13 horas semanales.

Avanzando en la comparación intertemporal, vemos que el incremento de la lectura en la última década también es corroborado por el crecimiento del grupo de lectores *intensos* o que leen con mayor frecuencia (tanto en días como en horas[3]), el cual pasó del 13% al 21% de la población. En el resto de las categorías vemos que los valores se mantuvieron relativamente estables.

INTENSIDAD DE LECTURA EN GENERAL
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
Lectura intensa	13	21
Lectura alta	40	18
Lectura media		18
Lectura moderada	33	15
Lectura baja		18
No lee	14	10

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

El crecimiento en la cantidad de lectores parece vincularse con algunos formatos en particular. El dato más importante es el crecimiento de la *lectura digital*, que de ser una práctica incipiente realizada por el 21% de la población en 2001, alcanzó el 48% en 2011 (llegando al 75% en los menores de 25

3. En sentido estricto, los indicadores de frecuencia de las encuestas de 2001 y 2011 no son iguales, ya que en el primer caso las opciones de respuesta en relación a los días de lectura por semana eran "todos o casi todos los días" y "algunos días por semana", mientras que en el 2011 las opciones eran de "7 a 5 días", "de 3 a 4" y "de 1 a 2" días por semana. De todos modos, la comparación es posible y los valores que arroja son congruentes.

años). Por su parte, para los formatos de lectura más tradicionales y aún vinculados primariamente al papel, como diarios, revistas y libros, el crecimiento es más modesto y dispar. Para el caso de *libros*, la población que leyó al menos un libro por año creció del 55% al 62%, mientras un 78% de la población continúa leyendo *diarios*. Por su parte, las *revistas* cayeron en cantidad de lectores del 65% al 62%, y las *publicaciones no masivas* (periódicos barriales, institucionales, políticos, religiosos, etc.) tuvieron un incremento comparable al digital, pasando del 18% al 32%.

FORMATOS DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

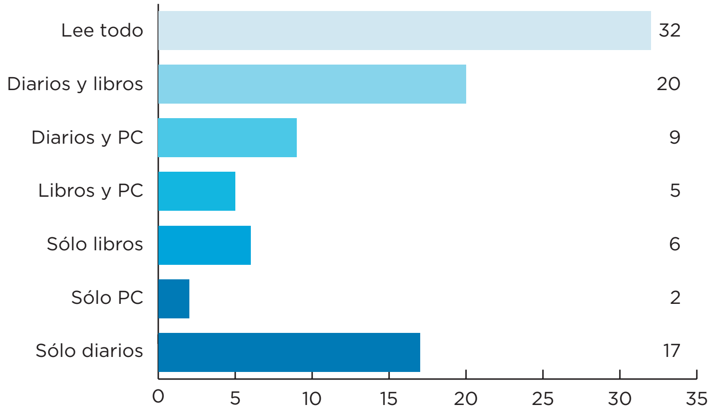
	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
Diarios	78	78
1 libro o más	55	62
Revistas	65	62
Publicaciones no masivas	18	32
Pantalla de PC	21	48

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

En un contexto bastante estable, esta disociación entre la lectura digital y el resto de los formatos de lectura invita a preguntarse por la posible dicotomía o contradicción entre la lectura en pantalla de PC y los tipos de lecturas más clásicas como la de diarios y libros en papel. Los datos parecen mostrar que estas lecturas, antes que desplazarse unas a otras, tienden a combinarse y producir más lectores "multiformato" (antes que producir lectores de un solo formato). Si observamos la combinación de formatos, vemos que la gran mayoría tiende a leer en varios de ellos, siendo marginales quienes leen un solo formato, con excepción de un 17% que sólo lee el diario.

FORMATOS DE LECTURA COMBINADOS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Esta hipótesis de que la lectura digital tiende a reforzar los otros formatos de lectura antes que a desplazarlos (es decir, que quienes leen en PC no dejan de leer libros o diarios sino que, por el contrario, tienden a leer más esos formatos), se refuerza aún más cuando comparamos las tasas de lectura de libros y diarios, según se trate de lectores digitales o no digitales. En todos los casos y en todas las combinaciones posibles, los lectores digitales leen siempre más diarios y libros que los no digitales: mientras que entre los digitales, el 87% lee diarios y libros; entre los no digitales el porcentaje baja al

78%. Del mismo modo, quienes sólo leen libros y quienes sólo leen diarios también son proporcionalmente más entre los lectores digitales que entre los no digitales.

FORMATOS DE LECTURA COMBINADOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

% PARA TODA LA TABLA		LECTOR DIGITAL	NO LECTOR DIGITAL
1 libro o + por año	Lee diarios	32	20
	No lee diarios	5	6
No leyó libros	Lee diarios	9	17
	No lee diarios	2	9

En suma, los 10 años transcurridos entre 2001 y 2011 parecen haber traído un incremento de la lectura y existen elementos para pensar que el motor de este fenómeno puede ser la incidencia de lectura digital. A su vez, lejos de desplazar los formatos de lectura preexistente, la lectura en pantalla parece combinarse con ellos y reforzar las prácticas de lectura de estos formatos antes que debilitarla.

Continuidades y cambios en los motivos, lugares y tipos de lectores

Respecto de las distintas modalidades de lectura, como motivos o lugares de lectura, se observan pocas diferencias en los 10 años transcurridos. En cuanto a los motivos de lectura en general, en ambos momentos la mitad respondió que leía principalmente *para informarse*, y no se observaron cambios relevantes en las otras categorías de respuesta, con excepción de la opción *por estudio* que pasó del 10% al 17%.

MOTIVOS DE LECTURA EN GENERAL, PRIMERA MENCIÓN
LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
Para informarse	49	49
Para disfrutar	18	14
Para aprender cosas nuevas	12	8
Por estudio	10	17
Por costumbre	4	4
Para la vida cotidiana	-	4
Por el trabajo	4	4

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Los lugares de lectura también se mantienen constantes, siendo el hogar la principal respuesta obtenida con el 86% en ambos momentos. Congruentemente con los datos anteriores, las instituciones educativas incrementaron sustantivamente sus menciones como lugares donde se practica la lectura, pasando del 1% al 5% en 2011.

LUGARES DE LECTURA EN GENERAL

LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
Su casa	86	86
El trabajo	7	6
La escuela/centros educat.	1	5
Medios de transporte	3	1
Lugares de espera	1	-
Bares y confiterías	1	1
Bibliotecas públicas	1	-

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Este incremento de menciones a la lectura vinculadas con la educación puede tener varios motivos. Seguramente, uno de ellos está vinculado a la inclusión en la muestra de 2011 de la población de 12 a 17 años, con predominio de estudiantes secundarios. Sin embargo, la repetición de incrementos en las respuestas referidas a la escuela, el estudio y/o las prácticas escolares hacia el 2011, especialmente en la población en edad de estudiar, invita a preguntarnos si es posible que haya ocurrido un incremento de las prácticas de lectura en las escuelas.

LECTURA DE LIBROS: TIPOS DE LECTORES Y EX LECTORES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
1 libro o más al mes	33	40
1 libro o más al año	22	22
Menos de 1 al año	17	6
Leía hace 2 años		7
No leía hace 2 años / nunca leyó (2001)	28	26

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Respecto de la lectura de libros, habíamos visto un incremento en la población que lee al menos 1 libro al año, que pasó del 55 al 62%. Más en detalle, podemos ver que ese crecimiento de 7 puntos se ubica en un grupo específico de lectores más frecuentes: los que leen *1 libro o más al mes*, que pasaron de 33% a 40%. El resto de los *lectores de 1 libro al año* y *menos de 1 libro al mes* se mantuvo estable en un 22%, y disminuyó el grupo de quienes leen libros con poca frecuencia (menor a la anual, que bajó del 17% al 13%) y de quienes, directamente, no leen (28% a 26%).

CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS EN EL ÚLTIMO AÑO

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
Más de 10 libros	8	5
5 a 10 libros	12	16
3 o 4 libros	35	18
1 o 2 libros		23
Ninguno / no lee	45	38

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Dado el crecimiento del grupo que lee libros con mayor frecuencia, sería esperable que también se hubiera incrementado el número de lectores que lee más cantidad de libros. Sin embargo, éstos parecen haber disminuido en la última década, pasando del 8% al 5%, a la vez que se incrementaron los grupos intermedios de los lectores que leen entre 1 y 10 libros al año. Esta aparente contradicción puede encontrar explicación en el impacto de la tecnología digital en las prácticas de lectura. Para ello, habría que tener en cuenta que el grupo de 8% que en 2001 leía más de 10 libros al año no sería, por su tamaño, similar al del 33% que lee al menos 1 libro al mes. Más bien parecería que el primero es un subgrupo del segundo: aquella minoría de lectores muy intensos, probablemente quienes en razón de su profesión o actividades académicas leen anualmente grandes cantidades de libros. Nuestra hipótesis es que, a la luz de otros datos de la encuesta, en ese pequeño grupo de lectores intensos, en frecuencia y cantidad, es donde más temprano y fuertemente ha penetrado la lectura digital. En particular, la lectura en pantalla ha facilitado las formas de lectura fragmentaria y la circulación de *papers*, ensayos y escritos cortos y específicos. Es probable que durante la última década, este grupo haya ido reemplazando materiales que anteriormente consumía en papel por distintos formatos digitales (bibliotecas on-line, circulación de *papers* por mail, rastreo a través de buscadores, etc.), lo que haría disminuir la cantidad de libros leídos sin que caiga también el volumen de lectura. De todos modos, es importante aclarar que esta es una afirmación hipotética y que las conclusiones que se deriven de ella, si bien posibles y verosímiles, no son lógicamente necesarias ni empíricamente concluyentes.

DIARIOS Y REVISTAS 10 AÑOS DESPUÉS: ¿CAMBIARON ALGUNOS HÁBITOS?

Entre 2001 y 2011, la lectura del diario presenta algunos cambios dignos de ser considerados. Como ya vimos, la cantidad de lectores de diarios se mantuvo estable en el orden del 78%. Sin embargo, disminuyó sustantivamente el hábito de leer el diario todos los días, pasando del 38% al 27%. En su lugar, se incrementó mucho el grupo de lectores semanales (de 1 a 4 días por semana), que pasaron del 27% al 45%. Esta constatación permite sostener que, si bien el diario no pierde lectores, el hábito de leerlo todos los días podría estar cayendo en desuso y en su lugar, aparece un tipo de lectura más esporádica (sin que el intervalo de no lectura se extienda por más de una semana).

LECTURA DE DIARIOS: FRECUENCIA Y ACCESO

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN	
		*2001	2011
5-7 días por semana		38	27
3-4 días por semana		27	14
1-2 días por semana			31
- de 1 día/de vez en cuando		19	7
No lee/nunca leyó		22	22
Cómo consigue el diario	Lo compra	59	66
	Se lo prestan	25	20
	Lo lee por Internet	-	20
	Está en el trabajo	9	8
	Los recibe gratis	7	6

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Para esta disminución del grupo de lectores que leen el diario todos los días, podemos encontrar dos fuentes de explicación que, además, podrían ser convergentes. La primera de ellas será desarrollada un poco más cuando veamos los datos de lectura por grupos de edad, pero podemos adelantar que el hábito de leer el diario todos los días parece estar perdiéndose de generación en generación (especialmente en los menores de 25 años). La segunda, se vincula con las prácticas de lectura digital, particularmente del diario a través de Internet y otras fuentes de noticias alternativas a los periódicos. Como surge del cuadro de frecuencias y modos de acceso, la población que menciona Internet como canal de acceso al diario ya alcanza el 20%. Este dato debe vincularse con los resultados expuestos en el cuadro que se presenta a continuación: un 14% manifiesta que lee menos el diario debido a que ahora se informa por otros medios. En efecto, Internet como espacio de acceso a noticias independiza al lector del hábito planificado de obtener el diario todos los días para informarse (a la vez que lo vuelve más "dependiente" del acceso diario a la red), permitiendo estar informado todo el tiempo sin necesidad de conseguir el diario.

MOTIVOS POR LOS QUE LEE MENOS EL DIARIO

LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN	
		*2001	2011
1ª mención	Por cuestiones económicas	36	20
	Porque no le interesa	14	27
	Por problemas de salud	13	12
	Se informa por otros medios	-	14
	Les cree poco/lo deprimen	8	10

Continuando con los motivos por los que se lee menos el diario, independientemente del impacto de Internet, vemos que las mayores variaciones respecto de 2001 se dan en las opciones *razones económicas*, que cae un 16%; y *falta de interés*, que prácticamente se duplica y llega al 27%. También aparece el reemplazo por otros medios de información para el 14% en 2011.

En cuanto a las revistas, el comportamiento de los lectores frecuentes es más estable que en los diarios, con leves variaciones. Pero se produce un cambio importante en los lectores de revistas menos frecuentes, que crecen sustantivamente entre quienes leen 1 o 2 días por semana (del 11% al 27%) y

caen fuertemente entre los lectores muy esporádicos (menos de 1 vez por día o "de vez en cuando", del 44% al 20%).

LECTORES DE REVISTAS Y FRECUENCIA DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	*2001	2011
Lectores de revistas	65	62
5-7 días por semana	5	6
3-4 días por semana	5	9
1-2 días por semana	11	27
– de 1 día/de vez en cuando	44	20

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

ALGUNOS COMPRADORES MÁS, SIEMPRE EN LIBRERÍAS. Y CRECEN KIOSCOS E INTERNET

Con respecto a la compra de libros y su frecuencia anual se observa que el año 2011 incrementó el volumen de compras en un 6% respecto de la medición anterior. En cuanto a la frecuencia de compra, se observa una caída del 3% en el grupo de quienes compran más de 10 libros al año (recordemos que algo similar había ocurrido con los lectores de más de 10 libros al año) y un incremento en los demás grupos (2% de compradores de 5 a 10 libros y 7% más en los compradores de 4 libros o menos).

CANTIDAD Y FRECUENCIA DE COMPRA DE LIBROS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

<table>
<tr><th colspan="2"></th><th colspan="2">EVOLUCIÓN</th></tr>
<tr><th colspan="2"></th><th>2001</th><th>2011</th></tr>
<tr><td rowspan="6">Cantidad</td><td>Compró libros el último año</td><td>40</td><td>46</td></tr>
<tr><td>Prom. anual compra de libros</td><td>-</td><td>2,3</td></tr>
<tr><td>Más de 10 libros al año</td><td>7</td><td>4</td></tr>
<tr><td>Entre 5 y 10 libros al año</td><td>10</td><td>12</td></tr>
<tr><td>Entre 3 y 4 libros al año</td><td rowspan="2">23</td><td>12</td></tr>
<tr><td>Entre 1 y 2 libros al año</td><td>18</td></tr>
</table>

Respecto de los lugares en donde se compran libros, las librerías tradicionales siguen siendo el principal espacio elegido para la compra de libros nuevos, con menciones cercanas al 88% en 2001 y 84% en 2011 (en 2011 se consultaron por separado las librerías de nuevo de las de usados, llegando estas últimas al 54% de menciones). Lejos, encontramos las librerías en shoppings o con acceso a un bar. Los locales de venta en universidades y escuelas, que no habían sido medidos en 2001, concentran un considerable 26%.

En cuanto a lugares y formatos no tradicionales, la venta por Internet cuadriplicó las menciones a lo largo de la década, y los kioscos incrementaron sus ventas en un 50% aproximadamente (de 22% a 32%).

LUGARES DE COMPRA DE LIBROS (TOTALES)

COMPRADORES DE LIBROS

	EVOLUCIÓN	
	2001	2011
Librerías de nuevos a la calle	88	84
Librerías de usados		54
Librerías con mesas y bar	13	22
Librerías de shoppings	30	26
En kioscos	22	32
En puestos de parques	21	25
En supermercados	16	10
Por Internet	4	16
A vendedores domiciliarios	24	21
En escuelas o universidades	-	26
En ferias del libro	29	29

2. LAS DIFERENCIAS DE GÉNERO Y LA LECTURA

En este apartado analizaremos el resultado de la ENHL de acuerdo con el género de los encuestados, caracterizando similitudes y diferencias en torno a las prácticas de lectura.

En términos generales, la proporción de *lectores*, *ex lectores*, *lectores de notas* y quienes *no leen*, así como la frecuencia de lectura, es prácticamente igual para ambos géneros. Tanto para hombres como para mujeres, 9 de cada 10 leen al menos 15 minutos seguidos; y lo mismo ocurre cuando comparamos la intensidad de lectura, donde ninguna categoría (*lectura intensa, alta, media moderada, baja* o *no lee*) presenta una diferencia de más de 2% según el sexo del entrevistado.

Al preguntar acerca de los formatos de lectura sí comenzamos a observar algunas diferencias relevantes. Los hombres leen un poco más el *diario en papel* y (4% más) y en la *pantalla de la PC* (2% más). En cambio, hay un 8% más de mujeres lectoras de *libros*, de *publicaciones no masivas* y un 15% más de lectoras de *revistas*.

FORMATOS DE LECTURA. COMPARATIVOS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Diarios	76	80
1 libro o más	66	58
Revistas	69	54
Publicaciones no masivas	36	28
Pantalla de PC	47	49

Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Frente a los motivos de lectura en general, un 7% más de varones dice leer más *para informarse* y un 6% por motivos laborales. Las mujeres, en cambio, leen *para disfrutar* un 6% más que los varones y, también más que los hombres, un 8% *para aprender cosas nuevas*. Las restantes categorías (estudio, costumbre, etc.) son mencionadas de modo parejo entre ambos géneros. Respecto de los lugares de

lectura, varones y mujeres leen básicamente en los mismos sitios, pero los varones leen más en *el trabajo* (27% contra 17%) y las mujeres lo hacen más en los *medios de transporte* (13% contra 7%).

MOTIVOS DE LECTURA EN GENERAL (menciones totales)

LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Para informarse	68	75
Para disfrutar	49	43
Para aprender cosas nuevas	40	32
Por estudio	26	27
Por costumbre	22	23
Para la vida cotidiana	21	19
Por el trabajo	12	18

LUGARES DE LECTURA EN GENERAL

LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN	
	Mujer	Varón
Su casa	96	95
El trabajo	17	27
La escuela/centros educat.	17	18
Medios de transporte	13	7
Lugares de espera	10	9
Bares y confiterías	3	7
Bibliotecas públicas	2	2

El vínculo de las mujeres con la lectura, más placentero que en el caso de los hombres (recordemos que leen más por placer y para aprender cosas nuevas, mientras que los hombres lo hacen más para informarse y por trabajo), también se manifiesta en un mayor interés por la lectura, al aventajar a los varones por 8 puntos en la suma de las categorías *mucho* y *bastante* interés por la lectura.

INTERÉS POR LA LECTURA EN GENERAL

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Mucho	28	24
Bastante	34	30
Poco	31	37
Nada	7	10

LECTURA DE LIBROS

Como habíamos visto, hay 8% más mujeres lectoras de libros que hombres. Entre las mujeres no sólo hay más lectoras de libros, también parecen leer con mayor frecuencia que los hombres. Al comparar los tipos de lectores de libros por sexo, vemos que la diferencia a favor de las mujeres se concentra en el grupo de quienes leen libros todos los meses, siendo de 44% contra 35% de los hombres. En el resto de las categorías los valores son prácticamente iguales.

El mayor interés de las mujeres por los libros también se corrobora al analizar la frecuencia temporal de lectura durante una semana típica. Ellas lideran también las principales categorías, superando a los hombres por 7% en la categoría de *5 a 7 días* (17% vs. 10%) y por 3 puntos en la suma de quienes leen libros entre *3 y 4 días*, y *1 y 2 días a la semana* (28% vs. 25%).

LECTURA DE LIBROS: TIPOS DE LECTORES Y EX LECTORES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
1 libro o más al mes	44	35
1 libro o más al año	22	22
Menos de 1 al año	6	5
Leía hace 2 años	7	8
No leía hace 2 años / nunca leyó (2001)	22	30

FRECUENCIA DE LECTURA DE LIBROS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
5-7 días / todos o casi todos los días	17	10
3-4 días / algunos días por semana	13	12
1-2 días semana	15	13
Mensual o menos / de vez en cuando	17	20
1 al año o menos	7	5
No lee / nunca leyó	28	37
Ns-Nc	2	2

En relación con la cantidad de libros leídos, la comparación entre hombres y mujeres presenta algunas particularidades. Las categorías superiores, tanto el grupo de quienes leen 5 a 10 libros al año, como el de los que leen más de 10, presentan niveles de lectura similares para los dos sexos. Sin embargo, las lectoras de libros superan significativamente a los lectores varones en las categorías que van de 1 a 4 libros al año. Es decir, las mujeres que leen más libros que los hombres, durante más tiempo a la semana y con más frecuencia, parecen ser lectoras “comunes”, de poca o media cantidad de libros leídos; no así en los grupos de grandes cantidades, categoría donde suponemos que se concentran lectores asiduos por razones laborales.

CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS EN EL ÚLTIMO AÑO

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Más de 10 libros	5	5
5 a 10 libros	17	16
3 o 4 libros	19	16
1 o 2 libros	25	21
Ninguno / no lee	34	43

Los motivos de lectura de libros no presentan grandes diferencias entre hombres y mujeres. La mayoría de las respuestas varía 3 puntos o menos según el sexo, con excepción de la lectura de libros *por estudio*, que es un 6% mayor para los hombres, y la lectura por trabajo, que se da 10% más también en los hombres.

MOTIVOS DE LECTURA

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Por placer	79	76
Para aprender cosas nuevas	67	70
Por estudio	42	48
Por costumbre	40	43
Por trabajo	12	22
Otros	5	3

El análisis de los géneros y las temáticas leídas en libros presenta en la encuesta de lectura dos indicadores distintos. En primer lugar se consultó al entrevistado para cada uno de los géneros y temáticas definidas si la había leído en los últimos dos años y, a quienes respondieron que no, se les consultó si habían leído alguna vez esa temática. De este modo, el indicador de los últimos dos años daría cuenta de los géneros y las temáticas leídas recientemente y, por tanto, se supone en “estado activo” de lectura. En cambio, las temáticas “alguna vez” leídas por el entrevistado daría cuenta de géneros y temáticas no desconocidas para el lector, pero tampoco habituales. Para las comparaciones por género, y otras que haremos, consideraremos la lectura reciente, asumiendo que es la que más fácilmente discrimina los perfiles de los lectores.

¿Qué ocurre entonces con la preferencia de géneros y temáticas literarias, según el sexo? Si comparamos los géneros leídos en los últimos 2 años, vemos que las mujeres tienden a leer más cuentos, novelas, textos escolares y poesías; mientras que los varones leen más temas científicos, técnicos e historietas. Y los valores son similares en biografías, ensayos y guiones.

GÉNEROS LITERARIOS LEÍDOS (ÚLTIMOS 2 AÑOS)

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Cuentos	53	45
Novelas	51	39
Escolares / de texto	44	38
Biografías	33	35
Poesía	32	23
Historietas, cómics	25	28
Científicos, técnicos	18	29
Ensayos	13	14
Guiones	8	7

Podemos agrupar las temáticas literarias más leídas en: relacionadas con la literatura (literatura, ciencia ficción, policial y misterio/terror), vinculadas con el ámbito intelectual y profesional (historia, política, ciencias sociales, ciencias naturales, psicología, economía, marketing e informática); y asociadas con el ocio o el tiempo libre o personal (religión, deportes, sexualidad, ocultismo, autoayuda, entre otras).

Las diversas temáticas literarias tienden a ser leídas de manera pareja por hombres y mujeres, variando levemente de un caso puntual a otro (las mujeres, por ejemplo, leen 3% más literatura que los hombres, mientras que éstos leen más policiales o misterio en valores similares). En cuanto a las temáticas intelectuales y profesionales, los varones tienden a leerlas alrededor de un 10% más en casi todos los casos, con excepción de los temas de psicología que son preferidos por las mujeres un 5% más (24% a 19%). Por último, predominan las lectoras mujeres entre las temáticas de ocio o tiempo libre, con excepción de la temática deportiva que es abrumadoramente masculina (32% vs. 13%).

TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS (ÚLTIMOS 2 AÑOS)

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Historia	45	57
Literatura	50	47
Ciencias Sociales	35	38
Religión	38	28
Ciencias Naturales	27	31
Política	23	35
Psicología	24	19
Deportes	13	32
Ciencia Ficción	20	21
Policial	19	22
Informática	17	24
Misterio, terror	17	19
Autoayuda	22	13
Arte	22	15
Hobbies	14	16
Decoración	19	6
Economía	10	13
Marketing	6	8
Sexualidad	5	5
Ocultismo	4	3

En relación con la cantidad y frecuencia de compra de libros, las mujeres tienen una mayor participación que los varones en las compras de libros durante el último año (50% a 41% respectivamente). También las mujeres compraron más libros al año en promedio (2,5 frente a 2,2 de los varones). Esta estructura se mantiene al analizar la frecuencia en las compras (compra libros *todos los meses*, *3 o 4 veces al año*, *1 o 2 veces al año*, etc.), en donde las mujeres aventajan a los varones en todas las categorías propuestas en la encuesta.

CANTIDAD Y FRECUENCIA DE COMPRA DE LIBROS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

		SEXO	
		Mujer	Varón
Cantidad	Compró libros el último año	50	41
	Prom. anual compra de libros	2,5	2,2
	Más de 10 libros al año	3	4
	Entre 5 y 10 libros al año	13	10
	Entre 3 y 4 libros al año	14	10
	Entre 1 y 2 libros al año	19	18
Frecuencia	Compra todos los meses	5	3
	Compra 3 o 4 veces al año	18	14
	Compra 1 o 2 veces al año	24	23
	Menos de 1 vez al año	17	18
	No recuerda, pocas veces	18	17

Como se comentó en el apartado 1, el mayor acceso a recursos informáticos abre un abanico de posibilidades a nuevos formatos de lectura. A diferencia de otros formatos, en la lectura digital los varones superan levemente a las mujeres, con un 4% más de usuarios de PC (59% entre los hombres contra 55% entre mujeres) y de Internet (58% vs. 54%). Respecto de la lectura en pantalla, la cantidad de lectores es pareja entre mujeres y varones (47% y 49% respectivamente), aunque los varones leen en esta modalidad con más frecuencia que las mujeres (24% de lectores de todos los días, contra un 19% de las mujeres).

LECTURA DIGITAL EN HOMBRES Y MUJERES

LECTURA DE LA PANTALLA DE LA PC

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Lee de la PC 10 minutos o +	47	49
Todos o casi todos los días	19	24
3 o 4 días por semana	11	10
1 o 2 días por semana	10	8
Menos de 1 por semana	4	4

Si se compara qué hacen hombres y mujeres frente a la pantalla, se observan algunas diferencias significativas. En el caso de las respuestas que dan los hombres, predominan el uso del correo electrónico, el trabajo, los juegos y el uso y bajada de música y videos; y en el de las mujeres, el uso del chat y las redes sociales. Sin embargo, las actividades más directamente vinculadas con la lectura (como leer los diarios y buscar o leer libros) tienen, en ambos casos, valores similares y bajos (8% mujeres leen diarios, 7% varones; 1% mujeres busca o lee libros, menos aún entre los hombres).

PARA QUÉ USA INTERNET

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Revisar correo	32	35
Trabajar	8	12
Buscar trabajo	3	3
Realizar trámites	3	2
Estudiar	12	13
Chatear	16	13
Usar redes sociales	28	23
Usar juegos	4	9
Oír / bajar música	9	11
Ver / bajar videos	3	8
Informarse / buscar info	12	13
Comprar / vender	-	1
Leer diarios	8	7
Buscar / leer libros	1	-
Otros	5	5
Ns-Nc	1	1

DIARIOS Y REVISTAS

LECTURA DE DIARIOS: FRECUENCIA Y ACCESO

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
5-7 días por semana	21	34
3-4 días por semana	13	14
1-2 días por semana	34	28
- de 1 día/de vez en cuando	8	5
No lee/nunca leyó	24	20

En cuanto a la lectura del diario, los varones son más lectores que las mujeres y, especialmente, más frecuentes. Como ya vimos, el diario es el formato de lectura más difundido y en nuestro país sólo el 20% de los varones y el 24% de las mujeres no lo leen. Esta brecha entre géneros se agranda un poco más cuando comparamos los lectores de todos los días que, en el caso de los hombres, llega al 34%; y en el de las mujeres, al 21%.

Las secciones del diario que leen varones y mujeres son básicamente las mismas, con algunas excepciones. Para ambos sexos, la respuesta *Lee todo o casi todo* presenta valores cercanos a la mitad de la población, muy por encima de cualquier otra respuesta. La diferencia más fuerte entre géneros la encontramos en la lectura de la sección *Deportes*, con 38 puntos (44% entre los varones, contra 6% de las mujeres). En menor medida, aparecen un conjunto de secciones con diferencias en favor de las mujeres, como *Espectáculos*, *Astrología* (5%), *Cocina, Sólo títulos y fotos, Salud* (4%), *Educación* y *Arte y cultura* (3%), entre otras.

SECCIONES DEL DIARIO MÁS LEÍDAS

LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Lee todo o casi todo	48	45
Sólo títulos y fotos	14	10
Ninguna en especial	11	9
Política nacional	13	16
Internacionales	4	5
Economía y finanzas	4	7
Deportes	6	44
Avisos clasificados	10	9
Artículos de opinión	4	3
Espectáculos	8	3
Educación	5	2
Arte y cultura	8	5
Ciencia y tecnología	2	2
Salud	6	2
Turismo	4	2
Astrología	7	2
Policiales	19	18
Vida social	4	3
Historietas, chistes	5	5
Cocina	4	-

Del análisis de la dimensión *lector de revistas* se desprende un claro predominio de las mujeres con casi un 70% de menciones frente a un 54% de los varones, pero esta amplia diferencia no se traslada a la frecuencia de lectura de revistas.

LECTORES DE REVISTAS Y FRECUENCIA DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Lectores de revistas	69	54
5-7 días por semana	6	5
3-4 días por semana	10	8
1-2 días por semana	29	25
– de 1 día/de vez en cuando	24	16

En relación con los tipos de revistas leídas, la ENHL da cuenta de importantes variaciones entre géneros dependiendo del tipo de publicación de que se trate, probablemente debido a que las revistas son mayoritariamente temáticas y tienen habitualmente destinatarios segmentados, lo que da como resultado un público notoriamente diferenciado. Ejemplo de ello son las revistas femeninas (29% mujeres, 1% varones) o las deportivas con (3% mujeres, 31% varones). En consonancia con este ejemplo podemos dividir la lectura de revistas en distintos segmentos: el de temáticas donde predominan los lectores varones, como *políticas*, *científicas, humor*, *historietas,* además de *deportes*; el de temáticas con predominio de mujeres, como *espectáculos*, *moda, cocina, manualidades, salud, plantas* y, obviamente, las *"femeninas"*; y por último, un conjunto de temáticas de interés general con valores relativamente parejos entre ambos géneros, como los casos de *cultura, arte, información general, programación televisiva,* y las *incluidas en diarios,* entre otras tantas.

TIPO DE REVISTAS LEÍDAS

LECTORES DE REVISTAS, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO	
	Mujer	Varón
Políticas	6	11
Científicas	4	11
Cultura, arte	9	10
Deportes	3	31
Humor	5	11
Femeninas	29	1
Información general	30	29
Programación televisiva	6	4
Espectáculos	24	13
Jóvenes	6	3
Música	5	7
Historietas	3	8
Moda, cocina, manualidades	24	4
Medio ambiente	3	3
Plantas	4	2
Incluidas en diarios	16	18
Para chicos	3	3
Escolares	3	3
De salud	10	5
Otras	13	17

3. LAS DIFERENCIAS GENERACIONALES Y LA LECTURA

En este apartado analizaremos las similitudes y diferencias en prácticas de lectura por grupos de edad. Para la estratificación de la población en edades en la ENHL se dividieron las edades en cinco grupos etarios (de 12 a 17 años, de 18 a 25 años, de 26 a 40 años, de 41 a 60 años y los mayores de 61 años).

En general, el porcentaje de personas que se reconocen lectoras es muy alto, con un promedio del 90%, un máximo del 94% alcanzado en el grupo de 26 a 40 años y un mínimo del 82% para los mayores de 61 años. Asimismo, los ex lectores se encuentran en torno al promedio general del 7% para la mayoría de los grupos etarios, con un fuerte incremento que casi duplica al promedio en los mayores de 60, donde es razonable encontrar un mayor abandono de la lectura, probablemente por razones de salud.

LECTURA EN GENERAL: LECTORES, EX LECTORES Y NO LECTORES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lectores	92	90	94	92	82
Ex lectores	5	8	4	5	12
Lee notas	11	1	1	1	4
No lee	1	1	1	1	3

En cuanto a la intensidad de lectura en general, se observa que también los mayores de 61 años leen con menor intensidad, mientras que los adolescentes (12 a 17 años), los jóvenes (18 a 25), los adultos jóvenes (26 a 40) y los adultos a secas (41 a 60) presentan valores similares.

INTENSIDAD DE LECTURA EN GENERAL

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
No lee	7	9	6	8	18
Lectura baja	17	16	18	18	21
Lectura moderada	18	18	13	16	14
Lectura media	18	14	21	16	19
Lectura alta	19	20	20	20	13
Lectura intensa	22	23	22	22	17

En cuanto a los formatos de lectura, podemos mencionar que los diarios acumulan el mayor porcentaje de lectores entre la franja de 18 a 60 años, con valores que superan al 80%. La cantidad de lectores de diarios disminuye en los dos extremos de edad: en los mayores, que leen menos en general: y en los más jóvenes, grupo en que un 65% lee el diario. Este último dato da lugar a dos interpretaciones, que los más jóvenes del grupo recién están ingresando a la lectura de diarios o que este formato de comunicación pueda estar sufriendo cierto desplazamiento en favor de canales de información alternativos. Próximas mediciones podrán mostrarnos si estamos frente una tendencia a la baja por cambios de prácticas en las nuevas generaciones o, simplemente, si resulta que la puerta de entrada a la lectura de diarios se sitúa en algún punto entre los 12 y los 17 años.

FORMATOS DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Diarios	65	81	83	83	75
1 libro o más	80	63	66	65	45
Revistas	73	61	67	65	60
Publicaciones no masivas	25	29	33	42	28
Pantalla de PC	76	74	63	42	9

Si la edad de 12 años es todavía muy temprana para comenzar a leer diarios, no lo es para los libros, ya que el grupo de los adolescentes alcanza el mayor porcentaje de lectura de libros, con una tasa del 80%. Es presumible que la escuela secundaria tengo un fuerte efecto en las prácticas lectoras de estos jóvenes, ya que esos valores disminuyen al 65% para el grupo de entre 18 y 60 años; y también decrecen en un 45% entre los mayores de 61 años.

El caso de las revistas es más que interesante, ya que se da una distribución de la lectura por edad similar a la de los libros, aunque con valores más cercanos entre sí (la lectura en adolescentes disminuye de 80% a 73% y la de adultos mayores crece de 45% a 60%). Sin embargo, aquí no estaría presente el efecto de la escuela secundaria, sino que podríamos pensar en una elección espontánea de este formato por parte de los lectores más jóvenes. En el caso de las publicaciones no masivas, en cambio, los adultos de entre 41 y 60 años presentan los mayores porcentajes (42%), y los adolescentes, los menores (25%).

La lectura de pantalla de PC sí refleja indiscutiblemente una tendencia creciente de lectura asociada con las generaciones más jóvenes. Más aún, podemos asumir que esta tendencia parece estar consolidándose entre las generaciones más jóvenes, aquellas que fueron escolarizadas desde la década del ’90 en adelante. En efecto, mientras que entre los mayores de 60 años tan sólo el 9% incorporó la práctica de leer en pantalla, el 42% los adultos de 41 y 60 ya lee en este formato; y el 63% de los de 26 a 40 años. El último escalón de lectura digital lo conforman las personas de entre 18 y 25 años, con 74% de lectura; y los de 12 a 17 años con 76%, ambos valores ya estabilizados.

De la comparación de motivos de lectura por grupos etarios, se destaca el *estudio* como causa de lectura para los más jóvenes, mencionada por el 81% y 42% de los grupos de 12 a 17 años y de 18 a 25 años. Esta opción cae gradualmente en las edades superiores. La *información* como motivo de lectura, en cambio, presenta un patrón inverso: crece a medida que aumenta la edad, desde un 44% a un 82%; y algo similar ocurre con la lectura *por costumbre*, que crece gradualmente del 14% al 29%, a medida que avanza la edad del entrevistado. El resto de las respuestas se distribuye de manera pareja entre los grupos, con la excepción de la lectura *por trabajo* que crece en las edades más activas (26 a 60 años).

MOTIVOS DE LECTURA EN GENERAL
LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Para informarse	44	68	72	77	82
Para disfrutar	45	39	46	45	53
Para aprender cosas nuevas	36	34	37	37	36
Por estudio	81	42	26	11	4
Por costumbre	14	19	19	27	29
Para la vida cotidiana	13	18	21	21	23
Por el trabajo	4	14	23	20	7

LECTURA DE LIBROS: LA JUVENTUD NO ESTÁ PERDIDA

Del análisis de la lectura de libros surge que los jóvenes de entre 12 y 17 años leen con mayor frecuencia que el resto de las edades, ya que el 56% de ellos lee 1 libro o más al mes; mientras que quienes tienen entre 18 y 60 años oscilan entre el 39 y el 44% y los mayores de 60 llegan al 27%. Entre quienes leen más espaciadamente, con una frecuencia menor a la mensual, la cantidad de lectores es pareja, con una sola excepción destacable: los considerados "ex lectores" de libros, es decir, quienes hace 2 años que no leen, en todos los grupos constituyen aproximadamente el 6%, con excepción del grupo de 18 a 25 años, en que llega al 15%. Si descartamos la posibilidad poco probable de que se deba a una casualidad muestral, podemos pensar que existiría entre un 5% y un 10% de adolescentes que abandonan la lectura de libros una vez que han dejado la escuela.

LECTURA DE LIBROS: TIPOS DE LECTORES Y EX LECTORES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
1 libro o más al mes	56	39	44	40	27
1 libro o más al año	22	25	22	24	18
Menos de 1 al año	4		4	7	8
Leía hace 2 años	7	15	6	6	5
No leía hace 2 años / nunca leyó (2001)	10	19	23	23	42

Consistentemente con el cuadro anterior, al analizar la cantidad de días por semana en que se leen libros, vemos que también son los más jóvenes quienes más leen. Si consideramos las tres categorías de lectura semanales (de *5-7 días*, *3-4 días* y *1-2 días*), ellos son el grupo con mayor proporción de lectores, tanto en particular como en el acumulado, que llega al 61%. Entre los grupos de 18 a 60 años, la lectura semanal ronda el 40%; mientras que en los mayores de 60 años, baja al 30%.

FRECUENCIA DE LECTURA DE LIBROS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
5-7 días / todos o casi todos los días	19	12	16	12	11
3-4 días / algunos días por semana	17	14	13	11	10
1-2 días por semana	25	15	13	15	9
Mensual o menos / de vez en cuando	17	19	21	21	14
1 al año o menos	3	7	6	8	7
No lee / nunca leyó	17	34	30	29	47
Ns-Nc	2	0	2	5	2

Respecto de la cantidad de libros leídos en el último año, la relación "más joven, mayores porcentajes de respuesta" se mantiene constante. Ejemplo de ello es la principal categoría *Más de 10 libros* en donde la franja de 12 a 17 años duplica o casi duplica a tres de las cuatro franjas etarias. Esta distancia entre grupos de edad disminuye a medida que se desciende en las categorías propuestas en el cuestionario pero, de todos modos, mantiene su primacía.

CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS EN EL ÚLTIMO AÑO
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Más de 10 libros	8	4	5	6	3
5 a 10 libros	21	21	17	15	13
3 o 4 libros	24	17	21	19	10
1 o 2 libros	27	21	23	26	19
Ninguno / no lee	20	37	34	35	55

Por lo tanto, se puede concluir, sin lugar a dudas, que **los jóvenes no sólo no leen menos libros que los adultos, sino que leen más y con una frecuencia sustantivamente mayor**. Nuestra hipótesis, aquí también, es que las prácticas escolares son el principal motor de este predominio de la lectura juvenil. Termina de confirmar esta hipótesis la comparación de motivos de lectura por grupos de edad: el *estudio* es el principal motivo para los adolescentes y jóvenes, llegando al 90% y 67% respectivamente, contra un 46%, 25% y 14% de los grupos mayores.

MOTIVOS DE LECTURA
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Por placer	56	73	78	87	89
Para aprender cosas nuevas	61	68	70	74	67
Por estudio	90	67	46	25	14
Por costumbre	36	34	37	49	49
Por trabajo	2	9	25	26	11
Otros	1	3	5	6	5

.

El género más leído en todas las edades es el cuento, con un promedio del 86%; los textos escolares concentran un promedio de 78% de lectores y las novelas, un 76%. Entre los adolescentes (12 a 17 años) se destacan los textos escolares con 94% y las historietas y comics con 67%, ambos con diferencias de hasta más del 30% respecto de los grupos de más edad; en menor medida, los jóvenes de entre 12 y 17 también leen algo más de poesías y guiones que el resto. En cambio, entre los adolescentes hay menos lectores de novelas (12% menos) y ensayos (entre 5% y 13%). La lectura de géneros científicos y técnicos predomina entre los jóvenes y los adultos de entre 18 y 40 años.

GÉNEROS LITERARIOS LEÍDOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Cuentos	91	88	89	86	79
Novelas	66	78	78	79	79
Escolares / de texto	94	87	77	73	60
Biografías	68	71	65	61	54
Poesía	68	61	60	55	61
Historietas, cómics	67	55	48	39	36
Científicos, técnicos	30	50	48	43	29
Ensayos	26	35	39	39	31
Guiones	27	21	22	17	14

Por último, hay que mencionar que la historia y la literatura son las dos temáticas más leídas por todos los grupos de edad (con un promedio de 88% y 78% respectivamente). Además, en un rango porcentual que va del 50% al 70% de las menciones totales para todos los rangos etarios, aparecen las temáticas de Ciencias Naturales y Sociales. La política figura con fuerza entre los mayores de 18 años y la religión, entre los mayores de 26 años.

TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Historia	92	91	89	85	84
Literatura	82	82	79	78	72
Cs. Sociales	78	77	75	67	61
Religión	49	48	55	68	62
Cs. Naturales	83	70	63	60	46
Política	41	50	56	61	51
Psicología	29	51	52	49	36
Deportes	50	44	40	37	32
Ciencia Ficción	48	50	45	42	27
Policial	36	37	47	45	52
Informática	49	49	44	30	18
Misterio, terror	50	47	37	30	28
Autoayuda	14	31	35	42	41
Arte	31	33	35	34	33
Hobbies	28	34	29	29	25
Decoración	17	25	30	36	34
Economía	19	37	32	31	25
Marketing	10	23	23	15	12
Sexualidad	9	26	18	15	9
Ocultismo	6	17	12	8	8

Cabe destacar que la falta de tiempo constituye el principal motivo de la disminución de la lectura en las edades centrales (18 a 60 años). En cambio, son las cuestiones económicas y los problemas de vista lo que dificulta la lectura a casi la mitad de los adultos mayores.

MOTIVOS DE DISMINUCIÓN DE LECTURA

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

		EDAD				
		12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lee más libros		48	32	32	20	13
Lee igual		39	48	47	49	46
Lee menos libros		11	19	20	30	40
Lee menos por...	Falta de tiempo	49	62	86	65	32
	Problemas vista	6	2	5	32	48
	Cuestiones económicas	24	30	27	26	46
	Perdió interés	62	28	14	12	20
	Ya no estudia	13	34	25	17	13

DISTINTAS LECTURAS ENTRE NATIVOS DIGITALES Y NATIVOS ANALÓGICOS

Como se vio anteriormente, los más jóvenes son quienes más leen de la pantalla de la PC, especialmente los grupos de 12 a 17 años y de 18 a 25 años (en estos grupos las tres cuartas partes son lectores digitales). Respecto de la frecuencia, el grupo de jóvenes (18 a 25) lee de la pantalla con mayor frecuencia, con el 38% de lectores de todos los días; le siguen los grupos de 26 a 40 años (30%) y de 12 a 17 años (29%); y cae muy fuertemente entre los mayores de 40 años.

LECTURA DE LA PANTALLA DE LA PC

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lee de la PC 10 minutos o +	76	74	63	42	9
Todos o casi todos los días	29	38	30	18	4
3 o 4 días por semana	16	16	15	9	2
1 o 2 días por semana	16	9	11	9	2
Menos de 1 por semana	9	5	4	4	1

En cuanto a los tipos de lectura de la pantalla, podemos observar dos patrones diferenciados de lectura según la edad. Por una parte, encontramos una serie de actividades que tienden a ser más importantes a medida que las personas se acercan a las edades centrales. Por la otra, encontramos lecturas, cuya frecuencia claramente decrece con la edad.

En el primer grupo (26 a 40 años y, en menor medida, 18 a 25 años), encontramos la lectura de *mails*, de *diarios*, de *noticias*, de *textos de divulgación* y *laborales* y la lectura de *libros*. Salvo en la lectura de mails, donde el grupo de 18 a 25 años es apenas superior, en todos los casos predomina el grupo de 26 a 40 años, y disminuyen las tasas de lectura a medida que nos alejamos de ese centro. El segundo grupo lo conforman las lecturas digitales más interactivas o “2.0”, en particular los *blogs, chats y redes sociales*, y los *comentarios de series, películas y libros*. Esta observación da lugar a una interpretación que encontramos interesante, vinculada con dos tipos de prácticas generacionales: **los tipos de lectura originadas en prácticas analógicas (luego adaptadas al soporte pantalla) son los preferidos**

por aquellos que nacieron en un mundo analógico y aprendieron a usar la PC. En cambio, los nativos digitales predominan en el dominio de formas de lectura en pantalla que nacieron digitales, como las redes sociales, los foros y los blogs.

TIPO DE LECTURAS FRECUENTES EN LA PANTALLA DE LA PC
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Mails	41	49	46	31	6
Blogs, chat, redes sociales	59	54	32	15	1
El diario	12	27	32	20	4
Noticias, primicias	14	23	26	14	2
Textos de divulgación	18	22	22	14	3
Coment. series, pelic., libros	20	18	11	7	1
Textos del trabajo	8	12	18	12	2
Libros	7	8	10	6	1
Revistas	6	7	7	4	-

DIARIOS Y REVISTAS

Respecto de la lectura de diarios, la mayoría lee el diario *1 a 2 veces por semana*, con valores que se superan en promedio al tercio del total de menciones. El diario se lee de manera pareja en todos los grupos de edad, con excepción de los mayores de 60 años que, en todos los formatos leen un poco menos; pero entre los más jóvenes (12 a 17 y 18 a 25) estos valores caen significativamente.

En cuanto al modo de acceso, todos los grupos de edad compran el diario, superando el 50% y alcanzando el 75% para la franja de 41 y más años de edad. La lectura del diario en Internet predomina entre las personas de entre 18 y 40 años.

LECTURA DE DIARIOS: FRECUENCIA Y ACCESO
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EDAD				
		12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
5-7 días por semana		12	23	30	33	30
3-4 días por semana		10	18	13	18	10
1-2 días por semana		33	34	34	27	28
- de 1 día/de vez en cuando		10	7	6	5	7
No lee/nunca leyó		35	19	17	17	25
Cómo consigue el diario	Lo compra	50	57	63	75	75
	Se lo prestan	31	24	18	14	22
	Lo lee por Internet	21	29	31	18	5
	Está en el trabajo	3	8	12	9	3
	Los recibe gratis	9	4	8	6	5

Ante la consulta acerca de los motivos de lectura del diario, la principal mención se acumula en la categoría *para estar informado,* con valores que superan el 90% de las menciones totales en todas las franjas de edad. Este porcentaje se reduce a la mitad para la categoría que le sigue en menciones, *placer/disfrute*. Por su parte, la lectura *por trabajo* crece en las edades laboralmente más activas (entre

18 y 40 años), llegando al 15% y 16%, contra el 3%, 9% y 4% de los otros grupos. La lectura *por estudio* predomina entre los adolescentes, con 32%.

MOTIVO DE LECTURA DEL DIARIO (MENCIONES TOTALES)

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EDAD				
		12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Totales	Para estar informado	81	92	95	95	93
	Placer / disfrute	49	42	43	41	56
	Costumbre	20	25	30	32	31
	Aprender cosas nuevas	28	25	28	29	33
	Por trabajo	3	15	16	9	4
	Por el estudio	32	12	6	2	1

En cuanto a la *lectura de revistas,* más de la mitad de la población se considera lectora de revista. Los porcentajes de respuesta muestran que los adolescentes (con un 73%) constituyen la principal franja de edad, seguida por la de 26 a 40 años (con el 67%). El mínimo registro se observa en los adultos mayores con un 54% de menciones totales. Respecto de la frecuencia de lectura, tiende a distribuirse proporcionalmente entre las distintas categorías.

LECTORES DE REVISTAS Y FRECUENCIA DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lectores de revistas	73	60	67	60	54
5-7 días por semana	7	3	6	5	7
3-4 días por semana	10	8	8	10	9
1-2 días por semana	32	29	31	24	22
– de 1 día/de vez en cuando	24	20	22	21	16

En promedio, las revistas de *información general* son las más leídas, con un porcentaje cercano al 30%. Le siguen las revistas de *espectáculos,* con casi el 20% de las menciones totales. Los adolescentes leen, principalmente, revistas deportivas; los jóvenes de entre 18 y 25 años, revistas de espectáculos; los adultos jóvenes de entre 26 y 40 años, revistas de información general, lo mismo que los adultos de entre 41 y 60, y los mayores de 60 años.

TIPO DE REVISTAS LEÍDAS

LECTORES DE REVISTAS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Políticas	2	5	8	10	10
Científicas	3	6	10	10	4
Cultura, arte	6	7	12	9	10
Deportes	25	17	14	9	10
Humor	14	15	5	6	4
Femeninas	14	18	19	17	18
Información general	19	26	29	35	35
Programación televisiva	7	4	3	7	5
Espectáculos	17	28	23	18	13
Jóvenes	20	4	2	1	-
Música	14	9	6	2	1
Historietas	13	5	3	3	2
Moda, cocina, manualidades	13	12	15	19	17
Medio ambiente	2	1	2	3	4
Plantas	2	2	3	2	6
Incluidas en diarios	16	15	19	16	17
Para chicos	8	1	4	2	-
Escolares	4	2	4	1	1
De salud	4	9	8	7	12
Otras	9	17	19	15	11

BIBLIOTECAS

Otro aspecto de la ENHL que presenta cuestiones relevantes desde la perspectiva de los grupos etarios son las bibliotecas. Por lo general, los encuestados asocian las bibliotecas con conceptos positivos, tales como *un espacio de libros y lectura*; *la escuela*, *la educación y el aprendizaje*; *sus características de tranquilidad y silencio*. Entre los adolescentes, la imagen que prima es la de *libros y lectura*, en tanto que entre los jóvenes de entre 18 y 25 años prima una asociación con el ámbito educativo. Para las personas de entre 26 y 40 años, la biblioteca es un espacio de cultura, conocimiento e información.

IMAGEN DE BIBLIOTECAS, MENCIONES TOTALES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Libros, lectura	45	29	28	24	28
Escuelas, educación, aprendizaje	29	35	30	31	25
Cultura, conocimiento, información	21	27	33	33	30
Interesante, entretenido	8	10	9	9	5
Atractiva, maravillosa, apasionante	5	2	3	4	6
Silencio/sa, tranquila/lidad	29	32	32	26	21
Espaciosa, amplia, cómoda	13	10	6	5	5
Ordenada, clasificada, prolija	4	4	5	6	5
Completa, variedad, diversidad	4	8	7	5	7
Esencial, fundamental, necesaria	5	6	8	9	8

Se constata un alto porcentaje de conocimiento de las bibliotecas. También hay diferencias respecto de las bibliotecas conocidas, según grupos de edad. En el conocimiento de las bibliotecas escolares se destacan los adolescentes (con un 77%). Este conocimiento desciende linealmente entre los grupos de mayor edad a 66% (18-25), 54% (26-40), 51% (41-60) y 30% (61 y +). Ahora bien, para el resto de las bibliotecas (las no escolares) ocurre el fenómeno opuesto: los adolescentes son el grupo con la menor proporción de conocimiento de todas ellas.

CONOCIMIENTO DE BIBLIOTECAS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Conoce ubicación de alguna biblioteca	81	77	77	75	60
Conoce alguna biblioteca popular	33	49	51	50	39
Conoce alguna biblioteca escolar	77	66	54	51	30
Conoce la Biblioteca Nacional	15	27	34	34	24
Conoce otra biblioteca pública	27	41	39	38	32
Conoce alguna biblioteca barrial	20	25	25	28	19
Conoce alguna biblioteca privada	8	14	12	13	11

El nivel de concurrencia a las bibliotecas es bastante más bajo que el de conocimiento, pero relativamente alto en términos generales, especialmente entre los más jóvenes. En los adolescentes, población fuertemente escolarizada, el 32 % dice concurrir semanalmente a alguna biblioteca, el 17% de forma mensual y un 16% anualmente. Cuando se les consulta sobre el tipo de biblioteca a la que concurren, abrumadoramente responden que se trata de bibliotecas escolares. Algo similar ocurre con la población de entre 18 y 25 años, pero en una proporción menor: también concurren mayoritariamente a bibliotecas escolares y el 14% lo hace semanalmente, el 10% mensualmente y el 13% de modo anual.

A medida que aumenta la edad van mermando las tasas de concurrencia a las bibliotecas: si sumamos las 3 frecuencias de concurrencia, vemos que los adolescentes concurren un 65%; los jóvenes, un 37%; los dos grupos de adultos, un 27% cada uno (aunque los mayores de 40 años lo hacen con menor frecuencia); y los mayores de 60 años, un 12%. Sin embargo, cuando observamos la tasa de concurrencia por tipo de biblioteca para los tres grupos que van de los 18 a los 60 años, vemos que, salvo las bibliotecas escolares, los otros tipos de bibliotecas presentan valores casi iguales para los tres grupos

de edades activas. De ello se deduce que, con exclusión de los mayores de 60 años, que son minoría en todos los indicadores de lectura considerados, la diferencia de concurrencia la estarían produciendo centralmente las bibliotecas escolares con la participación de alumnos y otros jóvenes. Las demás bibliotecas presentan públicos mucho más homogéneos en términos de edad.

CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS / CONOCEDORES DE BIBLIOTECAS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Concurre semanalmente	32	14	8	5	-
Concurre mensualmente	17	10	7	4	4
Concurre anualmente	16	13	12	18	8
Concurrió a alguna biblioteca popular	22	38	35	33	20
Concurrió a alguna biblioteca escolar	69	53	40	34	19
Concurrió a la Biblioteca Nacional	7	20	20	19	12
Concurrió a otra biblioteca pública	17	29	28	28	20
Concurrió a alguna biblioteca barrial	15	16	14	18	10
Concurrió a alguna biblioteca privada	2	7	7	8	5

Los porcentajes de concurrencia para cada tipo de biblioteca están calculados sólo sobre quienes conocen bibliotecas. La frecuencia de concurrencia, en cambio, está calculada sobre el total del grupo.

4. DIFERENCIAS SOCIOECONÓMICAS

En este apartado centraremos la mirada en preguntarnos si inciden, y de qué modo, la condición socioeconómica de los argentinos en las prácticas y hábitos de lectura, su intensidad, sus preferencias en géneros y temáticas literarias, los modos de consumo y el fomento de la lectura en el entorno familiar.

Antes de comenzar conviene aclarar qué se entenderá por nivel socioeconómico en este apartado y, en general, en toda la encuesta. Para la ENHL se decidió adoptar la metodología de medición del nivel socioeconómico en la Argentina, que para este fin desarrollaron durante el año 2002 la Asociación Argentina de Marketing (AAM) y la Cámara de Control y Medición de Audiencia (CCMA). El índice de nivel socioeconómico (NSE) del 2002 es una **manera indirecta de medir la capacidad de gasto de un hogar**, y se encuentra altamente correlacionada con el nivel de ingresos de los hogares, tal como lo mide la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) del INDEC desde mediados de la década de 1970.

Este índice está compuesto por un conjunto de variables que, en conjunto, dan cuenta del poder adquisitivo y de la capacidad de consumo de los hogares argentinos. La selección de las variables con esta capacidad predictiva surgió del testeo de un conjunto mucho mayor de variables posibles (como tipo de casa, disponibilidad de personal doméstico, etc.) con relación al ingreso de los hogares. La técnica de análisis estadístico utilizada fue la regresión lineal múltiple y, en el transcurso del ejercicio, se fueron descartando las variables irrelevantes o redundantes hasta lograr un índice significativo, robusto y sintético y con alta capacidad predictiva del ingreso. Desde un punto de vista más conceptual, podemos agregar que las variables que forman el NSE 2002 dan cuenta centralmente del peso de las dimensiones laboral y social (en su sentido material y también simbólico) en la capacidad de consumo de los hogares. Las variables que forman el índice y su peso relativo en el mismo son:

- Tipo de ocupación del principal sostén del hogar 32%
- Cantidad de aportantes económicos al hogar 9%
- Educación del principal sostén del hogar 13%
- Cantidad de autos (hasta 15 años de antigüedad) 22%
- Posesión de Internet, computadora y tarjeta de débito 19%
- Atención médica 5%

A partir de este conjunto de variables, el índice de nivel socioeconómico 2002 establece una escala de 0 a 100 puntos. A partir de esa escala, se constituyen siete grupos ordinales que se usan habitualmente en investigaciones de mercado y se conocen por los nombres A, B, C1, C2, C3, D y E, ordenados de mayor a menor capacidad de consumo. A su vez, estas categorías suelen resumirse a 3, considerando a las 3 superiores como *nivel socioeconómico alto*, a C2 y C3 como *nivel socioeconómico medio* y, finalmente, a las últimas 2 como *nivel socioeconómico bajo*. En este capítulo consideraremos la división en 3 categorías.

LA LECTURA SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO

Al comenzar la indagación de las prácticas de lectura según nivel socioeconómico, se observa que las diferencias entre los niveles *alto* y *medio* suelen ser bajas y, en cambio, son mayores respecto del nivel *bajo*. Comenzando por la cantidad de lectores activos (que leen al menos 15 minutos de vez en cuando), se observa que mientras el nivel alto llega a un 98% y el medio a un 95%, el nivel bajo es del 83%. Sin embargo, estas diferencias no parecen vincularse tanto con el "saber leer" o el nivel de alfabetización, ya que sólo el 3% del sector bajo dice no saber leer (contra valores cercanos al 0% para los otros niveles). En cambio, la brecha crece cuando comparamos los lectores "no activos", es decir, ex lectores y lectores de notas, que suman 11% y 3% (14%) en los niveles bajos, 4% y 1% (5%) en los medios y tan sólo un 1% en el alto. Por tanto, podemos observar que, aunque la dimensión socioeconómica es *a priori* un determinante fuerte en las prácticas de lectura, esto se relacionaría menos con la eficacia

de la educación universal en nuestro país (que llega con la instrucción básica hasta los niveles sociales más pobres), que con las prácticas y usos de la lectura que, según su pertenencia socioeconómica, las personas continúan realizando en el transcurso de su vida.

LECTURA EN GENERAL: LECTORES, EX-LECTORES Y NO LECTORES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Lectores	98	95	83
Ex lectores	1	4	11
Lee notas	-	1	3
No lee	-	-	3

La relación "a mayor nivel socioeconómico, mayores porcentajes de lectura" se mantiene al analizar la intensidad de lectura, quizás con proporciones más diferenciadas entre clase alta y clase media que en cuanto al porcentaje de lectura. Se observa, por ejemplo, que la *lectura intensa* alcanza el 30% en el NSE alto; llega al 24%, en el medio; y al 15%, en el bajo (va descendiendo proporcionalmente). Concomitantemente, la baja lectura se comporta de manera inversa: crece al 24% en el NSE más bajo; llega al 15%, en el medio; y baja al 9%, en el alto.

La comparación de los formatos de lectura presenta algunos matices interesantes. En todos los casos se vuelve a confirmar una asociación positiva entre NSE y tasas de lectura, pero las magnitudes y formas de esta asociación varían significativamente de un formato a otro. En las tablas se identifican tres patrones distintos. En los diarios el consumo desciende en escalera por cada nivel (88%, 81% y 73%). Para los libros, revistas y publicaciones no masivas, los sectores altos y medios presentan valores similares, y los bajos quedan retrasados (5 o 6 puntos para las revistas y publicaciones, 25% para los libros). Finalmente, en la lectura de pantalla de PC, el NSE alto llega al 79% de lectura, el medio desciende al 68% y el bajo se desploma al 22%.

FORMATOS DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Diarios	88	81	73
1 libro o más	75	74	49
Revistas	65	65	60
Publicaciones no masivas	36	35	29
Pantalla de PC	79	68	22

Al analizar los motivos de lectura según el nivel socioeconómico, notamos que varias categorías, y en particular las más mencionadas, no presentan diferencias. Así, las menciones *para informarse*, *para disfrutar, para aprender cosas nuevas* y *para la vida cotidiana* varían entre el 3% y el 5%, casi dentro del margen de error y no siempre de modo lineal. Respecto de las categorías que sí diferencian por NSE, los sectores más bajos mencionan más la *costumbre* como un motivo de lectura (26%, contra 21% de los NSE medios y 19% de los NSE altos); y los sectores altos y medios mencionan más el *estudio* (34% ambos, contra el 19% del NSE bajo) y el *trabajo* (29% NSE alto, 17% medio y 7% bajo).

MOTIVOS DE LECTURA EN GENERAL
LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Para informarse	73	70	71
Para disfrutar	47	44	49
Para aprender cosas nuevas	40	38	35
Por estudio	34	34	19
Por costumbre	19	21	26
Para la vida cotidiana	17	19	22
Por el trabajo	29	17	7

Para concluir con esta mirada general, podemos observar que el interés por la lectura se correlaciona positivamente con el nivel socioeconómico, creciendo uno a medida que lo hace el otro.

INTERÉS POR LA LECTURA EN GENERAL
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Mucho	37	28	20
Bastante	36	35	28
Poco	24	32	39
Nada	3	4	13

LIBROS

En relación con la lectura de libros, se observan dos patrones principales. En primer lugar, en cuanto a la cantidad de lectores en general (de *1 libro o más al año*), vemos que los sectores medios tienen tasas similares. Sin embargo, si observamos la categoría *1 libro o más*, el NSE alto supera por 6% al medio (54% a 48%) y por 25% al bajo (54% a 29%).

LECTURA DE LIBROS: TIPOS DE LECTORES Y EX LECTORES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
1 libro o más al mes	54	48	29
1 libro o más al año	22	24	21
Menos de 1 al año	3	6	7
Leía hace 2 años	6	7	7
No leía hace 2 años	15	15	37

En cuanto a la frecuencia de lectura de libros, el patrón que predomina es, nuevamente, el que equipara las prácticas de los niveles altos y medios, y ubica un escalón más atrás las tasas de lectura del nivel bajo. La cantidad de lectores de libros de *5-7*, *3-4* y *1-2 días a la semana*, oscila entre el 16% y 18% para los niveles alto y medio, y entre el 12% y el 8% para los bajos. Esta distancia se mantiene para los que leen algunas veces al mes y desaparece para las frecuencias aún menores.

FRECUENCIA DE LECTURA DE LIBROS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
5-7 días por semana	16	16	11
3-4 días por semana	16	17	8
1-2 días por semana	18	16	12
Mensual o menos	22	19	17
1 al año o menos	5	7	7
No lee	22	22	44
Ns-nc	2	4	1

En relación con la cantidad de libros leídos en el último año, se repiten los patrones que venimos analizando: las categorías superiores (lectores de más de 10 libros, y de entre 5 y 10 libros al año) arman una escalera de 3 escalones de las intermedias a las menores, donde se ubica la mayor cantidad de lectores; mientras que los sectores medios y altos presentan valores similares; y el sector bajo, valores menores.

CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS EN EL ÚLTIMO AÑO
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Más de 10 libros	7	6	4
5 a 10 libros	26	18	12
3 o 4 libros	21	22	13
1 o 2 libros	22	27	21
Ninguno / no lee	25	26	51

Uno de los indicadores donde más peso tienen las marcas sociales es la *cantidad de libros en los hogares*. En los hogares de nivel socioeconómico alto hay, en promedio, 125 libros; mientras que en los de nivel medio hay 65 y en los de nivel bajo, 35. Si en lugar del promedio tomamos la mediana, que es el valor que divide en 2 partes iguales una distribución y que tiene la virtud de diluir el peso de valores extremos (en este caso, por ejemplo, de aquellos hogares que tienen más de 500 o 1000 libros), la foto sigue siendo más o menos igual: en la mitad de los hogares de nivel alto hay poco menos de 50 libros, en la mitad de los hogares de nivel medio hay entre 21 y 30 libros, y en el nivel bajo, el 50% de los hogares tiene entre 11 y 20 libros.

CANTIDAD DE LIBROS EN LOS HOGARES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Promedio	125	65	35
Más de 100	24	10	4
51 a 100	23	16	7
31 a 50	16	18	9
21 a 30	12	12	7
11 a 20	9	18	18
6 a 10	8	14	16
1 a 5	4	9	25
Ninguno	1	1	9

La dimensión socioeconómica pierde algo de peso cuando entramos en las bibliotecas y observamos los tipos de libros presentes en unos y otros hogares, ya que entonces notamos diferencias más atenuadas y con predominios distintos según el tipo de libros, lo que evidenciaría gustos y prácticas de lectura diversas según los niveles socioeconómicos. Los niveles socioeconómicos altos tienen algunos libros más de *literatura*, *autoayuda* y *cocina*, y más libros *técnicos* y *universitarios*. Los niveles socioeconómicos medios y altos se destacan de los bajos por tener en sus casas más *textos escolares* y *libros para niños*. Finalmente, en las bibliotecas de los sectores más bajos hay más libros de *religión*.

TIPOS DE LIBROS EN LOS HOGARES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Literatura	90	81	74
De texto/escolares	76	80	67
Libros para niños	65	62	56
Religiosos	55	53	58
Cocina/decorac./hogar	61	53	52
Terciario/universitarios	78	58	32
Técnicos/profesionales	70	46	26
Autoayuda	46	34	30
De otros tipos	7	8	6

Respecto de los géneros literarios efectivamente leídos en los últimos dos años, las preferencias por nivel socioeconómico parecen ser variadas. Los niveles altos y medios leen claramente más libros de género *científicos y técnicos,* y más *novelas*, *ensayos* y *biografías*. Los niveles medios parecen preferir un poco más los *cuentos,* los *guiones* y los *libros escolares*. Y los sectores medios y bajos parecen preferir más la *poesía* y las *historietas y cómics* que el nivel más alto. **Así, podemos ver distintos gustos en distintos niveles socioeconómicos.**

GÉNEROS LITERARIOS LEÍDOS EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Cuentos	51	54	46
Novelas	51	48	41
Escolares / de texto	41	46	38
Biografías	38	37	30
Poesía	23	28	30
Historietas, cómics	22	27	28
Científicos, técnicos	33	27	13
Ensayos	16	16	8
Guiones	7	10	6

Con respecto a las temáticas leídas en los últimos dos años, desde la perspectiva del nivel socioeconómico se observa que los niveles altos y medios predominan en la mayoría de ellas. Las principales, *historia, ciencias sociales, política, literatura y psicología* muestran valores similares para los dos niveles superiores y entre 10% y 15% menos de lectores recientes en el nivel bajo. Sin embargo, existen algunas excepciones en las que no se observan diferencias e, incluso, hay mayores niveles de lectura en los sectores más bajos. Entre las temáticas que no muestran diferencias se encuentran las *ciencias naturales*, los *deportes,* los *policiales* y los libros de *ocultismo.* Los libros de *religión* son casi un 10% más leídos en los niveles más bajos.

TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Historia	56	58	40
Ciencias Sociales	42	40	29
Política	34	32	21
Religión	29	30	38
Literatura	55	51	42
Psicología	30	26	14
Ciencias Naturales	28	32	27
Deportes	24	22	21
Policial	21	20	20
Ciencia Ficción	29	22	16
Informática	23	23	15
Misterio, terror	21	21	15
Autoayuda	24	18	15
Hobbies	23	14	12
Economía	18	14	6
Arte	22	16	10
Decoración	18	13	11
Marketing	14	7	3
Sexualidad	8	7	2
Ocultismo	3	5	3

Para finalizar con el análisis de la lectura de libros por nivel socioeconómico, al consultar a los encuestados sobre qué cuestiones cree que incentivaría la lectura de libros, se observan algunas diferencias relevantes. Para el nivel más alto se destacan como principales incentivos el contar con *más tiempo libre*, con 74% de menciones contra 59% y 50% del NSE medio y bajo, y tener más *tranquilidad para concentrarse*, con 39% de menciones contra 26% y 19% respectivamente. Para los niveles medios y bajos, en cambio, el precio de los libros crece en importancia, con 37% de menciones para el nivel medio y 34% para el bajo contra 29% de los altos, junto con la necesidad de *solucionar problemas de vista*, que es mencionado por el 25% de los bajos, el 21% de los medios y tan sólo el 11% de los altos. Por último, se destaca en el nivel bajo el 17% que *no sabe-no contesta*.

CUESTIONES QUE INCENTIVARÍAN LA LECTURA
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Más tiempo libre	74	59	50
Libros más baratos	29	37	34
Solucionar problemas de vista	11	21	25
Tranquilidad para concentrarse	39	26	19
Leer mejor	7	11	6
Otras ayudas	1	3	3
Ns-Nc	13	9	17

LECTURA DIGITAL Y DE DIARIOS, REVISTAS Y PUBLICACIONES NO MASIVAS

El análisis de lectura digital no presenta demasiada complejidad desde el punto de vista socioeconómico: **los niveles sociales más bajos, al igual que los adultos mayores, se mantienen muy rezagados**. Las enormes diferencias que ya habíamos visto, y que mantenía al NSE bajo con casi un 50% menos de lectores digitales, se repite en cuanto a la frecuencia de lectura. En esta última, además, el nivel más alto se despega un poco más del sector medio al concentrar 9 de los 11 puntos de lectores que posee, en la categoría superior de lectores de *todos o casi todos los días*.

LECTURA DE LA PANTALLA DE LA PC
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Lee de la PC 10 minutos o +	79	68	22
Todos o casi todos los días	42	33	5
3 o 4 días por semana	15	16	5
1 o 2 días por semana	12	10	7
Menos de 1 por semana	3	5	3

En cuanto al tipo de lecturas digitales que se realizan, comencemos por plantear que, dado que el porcentaje de lectores de NSE bajo es muy pequeño, todos los tipos de lectura de ese nivel socioeconómico también lo son.

En cambio, al comparar la lectura digital de los sectores medios y altos, vemos que los sectores altos predominan en la mayoría de las categorías, con excepción de la lectura de *blogs, chats y redes sociales* que es igual en ambos niveles. *Mails, diario, revistas, noticias, textos de divulgación* y *de trabajo* y

comentarios de series, películas y libros, tienen todos grados variables de predominio de lectores de NSE alto por sobre el medio.

TIPO DE LECTURAS FRECUENTES EN LA PANTALLA DE LA PC

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Mails	62	46	11
Blogs, chat, redes sociales	43	41	12
Diario	41	26	5
Noticias, primicias	30	21	5
Textos de divulgación	26	21	6
Coment. series, pelic, libros	19	13	4
Textos del trabajo	23	14	3
Libros	12	9	1
Revistas	9	6	2

Con respecto a la frecuencia de lectura del diario, tanto en formato papel como digital, las diferencias por nivel socioeconómico se concentran en la categoría de mayor frecuencia, la de *5-7 días por semana*, con 41% para el NSE alto, 31% para el NSE medio y 19% para el NSE bajo. En el resto de las categorías las diferencias no son significativas, con excepción de los lectores de menos de 1 día a la semana, donde el NSE alto cae al 3% contra el 7% y el 8% de los medios y bajos.

LECTURA DE DIARIOS: FRECUENCIA Y ACCESO

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
5-7 días/todos o casi todos	41	31	19
3-4 días/algunos por semana	15	12	14
1-2 días semana	30	32	32
- de 1 día/de vez en cuando	3	7	8
No lee/nunca leyó	12	19	27

Respecto de los motivos de lectura del diario, se destacan un par de datos en particular. En primer lugar, que casi todas las menciones son parejas por nivel socioeconómico, es decir que el diario se lee principalmente *para informarse*, luego *por placer*, en tercer lugar por *costumbre* y para *aprender cosas nuevas*, y recién en último lugar *por trabajo* o *estudio*. Sin embargo, los lectores de diarios de NSE bajo destacan un poco más la lectura *por placer* (52% vs. 43% de los otros) y los de NSE alto hacen lo propio con la lectura *por trabajo* (17%, contra 11% del NSE medio y 7% del bajo).

MOTIVO DE LECTURA DEL DIARIO, MENCIONES TOTALES

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Alto	Medio	Bajo
Totales	Para estar informado	96	94	91
	Placer / disfrute	43	43	52
	Costumbre	29	27	30
	Aprender cosas nuevas	29	32	29
	Por trabajo	17	11	7
	Por el estudio	9	8	7

Uno de los interrogantes planteados por la irrupción de la Internet radica en averiguar cómo impacta en la lectura de diarios. La pregunta a los lectores de diarios acerca de si leen más, igual o menos diarios que hace dos años, indica que **la lectura de diarios se mantiene en los mismos niveles que hace dos años, pero se habrían producido cambios al interior del grupo de lectores**, con un incremento de la lectura en los niveles alto y medio y una disminución para en el nivel bajo.

La primera hipótesis para entender esta variación podría encontrarse en la combinación de dos fenómenos: una lenta tendencia general a la baja en el consumo de diarios, combinada con un incremento provocado por la lectura a través de Internet (para los niveles alto y medio) y, en menor medida, por la recuperación en el poder de compra en el caso del nivel bajo. Si tomamos al grupo de NSE bajo como "grupo de control", dado su bajo acceso a la lectura digital verificado anteriormente, vemos que un 25% lee menos el diario que hace 2 años y que un 19% lee más, lo que daría un saldo negativo de 6%. En cambio, en los niveles medios y altos, los saldos son positivos en un 11% y 16% respectivamente.

Para comprender los motivos de estos cambios, preguntamos a los encuestados por qué leían más o menos el diario. Así, pudimos saber que el motivo principal que empuja para arriba la lectura para arriba en sectores medios y altos es la *lectura del diario por Internet*, mencionada por el 36% y 56% respectivamente. En el caso del nivel bajo, se destaca la mención *ahora lo puede comprar*, con un 30% de menciones, 10 puntos por encima de los otros niveles. Paradójicamente, los motivos por los cuales se leen menos diarios son similares a los de mayor lectura, casi como la otra cara de la moneda. Entre los motivos de disminución de lectura de diarios se encuentran, para el NSE alto, la *pérdida de interés* o que *se informa por otros medios* (presumiblemente digitales), con un 42% y 38% respectivamente. Motivos similares pero con menor intensidad se registran para el nivel medio; en tanto que para el nivel bajo nuevamente las *cuestiones económicas* son el principal motivo (40%) al que se suman la *pérdida de interés* (36%) y los *problemas de salud*, que concentra los mayores porcentajes en el nivel bajo (26%). Respecto de esta última, cabe señalar que la tercera edad, población con más problemas de salud, suele pertenecer mayormente al NSE bajo, tener menor nivel educativo, menores ingresos y menor posibilidad de consumo.

LEE EL DIARIO MÁS, IGUAL O MENOS QUE ANTES

LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Lee el diario menos que hace 2 años	12	18	25
Lee el diario igual hace 2 años	61	53	56
Lee el diario más que hace 2 años	28	29	19

MOTIVOS POR LOS QUE LEE MÁS EL DIARIO
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Alto	Medio	Bajo
Totales	Los lee por Internet	58	36	18
	Recibe diarios gratuitos	16	12	23
	Ahora se lo prestan	5	12	23
	Ahora lo puede comprar	20	20	30
	Otros (tiempo e interés)	26	33	28

MOTIVOS POR LOS QUE LEE MENOS EL DIARIO
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Alto	Medio	Bajo
Totales	Por cuestiones económicas	16	21	40
	Porque no le interesa	42	36	36
	Por problemas de salud	10	9	26
	Se informa por otros medios	38	34	31
	Les cree poco/lo deprimen	26	29	25

En el rubro *revistas,* vemos que en los tres niveles socioeconómicos más del 60% de los encuestados se consideran lectores, la mayoría de *1 a 2 días por semana*. Si bien los tres niveles presentan valores parejos, el NSE bajo presenta alrededor de 5% menos de lectores, y disminuye también en proporciones similares la frecuencia de lectura.

LECTORES DE REVISTAS Y FRECUENCIA DE LECTURA
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Lectores de revistas	65	66	60
5-7 días por semana	7	5	6
3-4 días por semana	12	7	9
1-2 días por semana	28	31	24
– de 1 día/de vez en cuando	18	23	21

Las revistas de *información general* son las más leídas, con un porcentaje promedio cercano al 30% para los tres niveles, seguida por las revistas de *espectáculos*, con 20% y 22% de lectura en los niveles medios y bajos y un 13% en los altos. Valores similares obtienen las revistas que vienen *incluidas en los diarios* y las *deportivas*, pero sin diferencias notables por NSE. Las revistas especializadas en *política*, *ciencia* y *cultura* predominan entre lectores del nivel alto y, en menor medida, medio.

LECTORES DE REVISTAS Y FRECUENCIA DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Políticas	12	8	6
Científicas	13	7	3
Cultura, arte	14	11	6
Deportes	15	16	13
Humor	7	7	8
Femeninas	20	17	16
Información general	28	31	29
Programación televisiva	3	5	6
Espectáculos	13	20	22
Jóvenes	5	6	3
Música	7	8	4
Historietas	5	5	5
Moda, cocina, manualidades	15	15	16
Medio ambiente	3	3	2
Plantas	3	3	3
Incluidas en diarios	20	18	17
Para chicos	3	4	3
Escolares	3	3	2
De salud	8	9	8
Otras	18	16	13

Respecto de las *publicaciones no masivas*, los niveles de lectura son parejos por nivel socioeconómico, con sólo 6% y 7% menos para el nivel bajo.

La temática *local, barrial o regional* es la principal mención de este ítem, en donde el nivel bajo muestra el porcentaje más alto (37%) seguido del nivel alto y medio, con 35% y 34% respectivamente. Lo mismo ocurre con la lectura de revistas *religiosas*, segunda en nivel de importancia, aunque aquí la distancia entre niveles aumenta a favor del nivel bajo (diferencia de 13 a 16 puntos). En el resto de las temáticas el NSE bajo suele presentar niveles menores que los sectores altos y medios.

LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS Y TIPO DE PUBLICACIÓN

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Lectores de public. no masivas	36	35	29
Políticas	17	17	12
Financieras	8	6	2
Técnico-científicas	15	5	3
Sobre deportes	8	12	6
Culturales	21	14	8
Locales, barriales, regionales	35	34	37
Religiosas	24	27	40
Institucionales	8	5	2
Publicaciones gratuitas	12	16	16

LA INFLUENCIA FAMILIAR: UNA POSIBLE CAUSA EN LAS DIFERENCIAS DE LECTURA POR NSE

Hemos visto que las diferencias sociales tienen un peso relevante en las tasas de lectura, si bien con diferencias según el formato o el indicador al que nos refiramos. Si, por un lado, se puede esbozar una explicación económica simple, que vincule la menor capacidad de consumo con el menor acceso a libros, diarios, revistas y computadoras, vale la pena preguntarse si no existen otros mecanismos sobre los que se podría trabajar para lograr una igualación mayor de la lectura. Los relativamente altos niveles de escolarización básica y media, la gran red de bibliotecas, las políticas públicas de acceso a la lectura y, recientemente, a la tecnología digital a través de la entrega masiva de netbooks en los colegios de nuestro país pueden llevar a pensar que, quien tenga voluntad de lectura, podría saciarla con un esfuerzo bajo.

En ese camino, encontramos que otra gran diferencia asociada con el nivel socioeconómico es la influencia del entorno familiar en las prácticas lectoras, ya que se verifica mayor influencia de éste en los niveles socioeconómicos más altos. Las personas de niveles altos recuerdan haber visto leer a sus padres aproximadamente un 10% más que las de niveles medios y un 20% más que las personas de NSE bajo. En los mismos porcentajes (75%, 63% y 52%, del mayor al menor nivel socioeconómico) reconocen a alguna persona como influencia en sus prácticas lectoras y, ante la pregunta sobre quién fue esa persona, vuelven a mencionar, principalmente, a madres y padres. En menor medida, y sin diferencias socioeconómicas, alrededor del 45% identifica algún maestro o profesor como persona influyente en la lectura.

PERSONAS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN. 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Su padre leía...	64	56	47
Su madre leía...	76	65	54
Alguien influyó en su lectura...	75	63	52
Padre/madre	75	67	65
Hermanos	12	12	11
Otro familiar	20	20	20
Amistades/pareja	12	13	10
Maestro/profesor	46	46	45

Diferencias análogas por nivel socioeconómico se observan cuando se pregunta si reconocen algún ámbito que haya influido en las práctica lectoras, con 75% para el NSE alto y 65% y 55% para el medio y el bajo, respectivamente. Nuevamente, al consultar cuál fue ese ámbito influyente, *la casa de niño/a* muestra una segmentación social, con 59% en el nivel alto, 50% en el medio y 48% en el bajo. Sin embargo, aquí la mención principal es para la *escuela/universidad*, con una diferencia más atenuada entre niveles socioeconómicos (76%, 73% y 67% del mayor al menor NSE).

ÁMBITOS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN. 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
¿Algún ámbito influyó...?	75	65	55
Casa de niño	59	50	48
Casa de amigo o familiar	15	16	13
Escuela/universidad	76	73	67
Biblioteca	9	5	5
Trabajo	8	7	7
Otros	5	8	11

Esta hipótesis del peso de las prácticas lectoras en los hogares como influyentes en las tasas de lectura por nivel socioeconómico no niega el peso de la capacidad de consumo de los mismos y su impacto en la accesibilidad; en todo caso, lo reforzaría. La mencionamos especialmente, porque **la verificación de la hipótesis de la influencia familiar llevaría a confirmar la eficacia igualadora del sistema escolar (que muestra tasas parejas por NSE) y a plantear estrategias de fomento de la lectura en los hogares para los sectores más pobres, como forma de inclusión en la lectura.**

5. DIFERENCIAS REGIONALES

En este último apartado analizaremos las principales variables de lectura para cada una de las seis regiones del país (Centro, Cuyo, Gran Buenos Aires, Noreste, Noroeste y Patagonia).

La primera pregunta de este apartado indaga la percepción de los entrevistados acerca de si se consideran o no lectores. Las respuestas indican que hay un alto nivel de lectores a lo largo de las seis regiones, con promedios cercanos al 90%, valores máximos para la región de Cuyo (95%) y valores mínimos para la región del GBA (86%).

Estas variaciones en las tasas de lectura no implican, sin embargo, mayor cantidad de "no lectores", ya que las categorías *no lectores* o *lee notas* se mantienen bastante estables. Lo que ocurre es que los porcentajes de lectores parecen complementarse con los de *ex lectores*. Así, en las regiones de menor cantidad de lectores activos, como GBA, se observan más ex lectores (9%) y viceversa. En términos generales, la suma de lectores y ex-lectores oscila muy poco, entre 95% (GBA) y 98% (Cuyo y Centro).

INTENSIDAD DE LECTURA EN GENERAL

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lectores	93	95	86	91	92	91
Ex-lectores	5	3	9	6	4	5
Lee notas	1	2	3	2	1	1
No lee	-	-	2	2	2	2

Las diferencias moderadas entre regiones para los indicadores de "lectura en general" también se observan en las frecuencias de lectura, pero de maneras distintas a las tasas de lectores. En las categorías de mayor intensidad (*lectura alta* e *intensa*), las regiones muestran una distancia de 20 puntos entre el GBA (con 44%) y el NOA (con 24%). Inversamente, las regiones que mayores valores alcanzan

en las categorías inferiores (*lectura baja* y *moderada*) son NOA y Cuyo, ambas con 50%. Vemos entonces que mientras algunas regiones predominan en la cantidad de lectores, otras lo hacen en términos de frecuencia de lectura, sin diferencias fuertes y claras como las que se observaron, por ejemplo, al comparar las aperturas de nivel socioeconómico.

FORMATOS DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
No lee	7	5	13	9	7	7
Lectura baja	20	27	14	20	27	21
Lectura moderada	15	23	12	14	23	16
Lectura media	19	18	17	17	19	18
Lectura alta	20	14	19	16	12	19
Lectura intensa	19	15	25	25	12	18

Con respecto a los formatos de lectura, en la categoría *diarios* la Patagonia encabeza el orden regional con un 88%, seguido por NOA y Cuyo, con valores superiores al 80%. Cierran Centro, NEA y GBA unos puntos por debajo del 80%.

Cuyo y Patagonia también destacan en la lectura de revistas con 71%. Por sobre el 60% se encuentran Centro, NOA y NEA. Por último está el GBA con 57%.

La lectura de libros llega al 65% en la región Centro, y al 64% y 63% en GBA y el NEA; Cuyo y NOA se ubican unos puntos por debajo del 60%. La Patagonia llama la atención con un bajo 51% de lectores que leen *1 libro al año*. La *lectura en pantalla de PC* vuelve a alterar el orden de las regiones, con Patagonia a la cabeza (56%), seguida por la región Centro (54%) y Cuyo y NEA (52%) cierran GBA y NOA (con 44% y 42% respectivamente).

Debido a la gran variabilidad de los resultados, al pasar de cantidad de lectores a frecuencias de lectura y de un formato a otro, las regiones están lejos de poder ordenarse en forma de ranking. No obstante, se observa que, en general, la zona Centro suele presentar buenos indicadores, el NOA suele estar un poco retrasado respecto del resto, y la Patagonia y el GBA presentan fuertes oscilaciones según el indicador que se considere.

FORMATOS DE LECTURA

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Diarios	79	83	75	77	85	88
1 libro o más	65	59	63	64	57	51
Revistas	65	71	57	64	67	71
Publicaciones no masivas	36	37	29	29	33	32
Pantalla de PC	54	52	44	52	42	56

LECTURA DE LIBROS: TIPOS DE LECTORES Y EX-LECTORES

Como se vio recientemente, la lectura de libros es pareja en la mayoría de las regiones, con excepción de la Patagonia que se ubica unos cuantos puntos por debajo del resto. Esto se verifica también

al observar con qué continuidad se leen libros, ya que esta región presenta los menores valores en las dos categorías principales, lectura de *1 libro o más al mes* y de *1 libro o más al año*.

LECTURA DE LIBROS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
1 libro o más al mes	40	44	40	39	39	35
1 libro o más al año	24	15	23	24	18	15
Menos de 1 al año	5	4	5	6	8	8
Leía hace 2 años	7	6	8	7	6	10
No leía hace 2 años	25	31	24	25	29	32

La Patagonia también muestra valores más bajos en cuanto a la frecuencia semanal de lectura de libros, en las tres primeras categorías. El resto de las categorías están relativamente parejas. Queda un poco más atrás el GBA y levanta un poco el NEA.

FRECUENCIA DE LECTURA DE LIBROS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
5-7 días por semana	17	15	11	16	15	10
3-4 días por semana	13	10	13	14	10	12
1-2 días por semana	15	17	13	21	16	9
Mensual o menos	17	18	21	14	18	17
1 al año o menos	6	4	8	3	5	7
No lee	31	37	31	31	35	42
Ns-Nc	2	0	4	0	1	3

Finalmente, y en consonancia con los cuadros anteriores de lectura de libros, también en la Patagonia se lee la menor cantidad de libros, dado que casi la mitad no lee ningún libro y sólo el 29% supera la lectura de tres libros al año, mientras que en las otras regiones ese indicador va del 33% al 42%. Llama la atención que el GBA, que se mostraba rezagado en los indicadores previos, se ubique segundo con 41% en la lectura de 3 o más libros al año.

CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS EN EL ÚLTIMO AÑO

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Más de 10 libros	7	5	5	4	3	4
5 a 10 libros	19	14	16	16	14	12
3 o 4 libros	16	15	20	18	16	13
1 o 2 libros	24	26	22	26	24	22
Ninguno / No lee	36	41	37	36	43	49

Conviene ser prudentes al analizar estas diferencias en la lectura de libros por región. El dato más claro que se observa es un leve rezago de la zona patagónica y, en menor medida, un liderazgo -más leve aún- de la región Centro. Si bien podríamos establecer algunas conjeturas referidas a los posibles motivos de la situación de la lectura de libros en la Patagonia -analizando por ejemplo el impacto que las distancias y la baja población podrían tener en la distribución, comercialización y, en general, acceso a los libros-; es bueno tener en cuenta que al trabajar con encuestas siempre existe la posibilidad de que esas variaciones (en todo o en parte) se expliquen simplemente por el azar, fenómeno que habitualmente es llamado "margen de error". De modo que, a falta de hipótesis claras y datos contundentes, preferimos no sacar mayores conclusiones sobre los datos observados.

Con respecto a la cantidad de libros en los hogares, el promedio por región ubica en primer lugar al GBA y, muy cerca, al Centro (69 y 67 respectivamente). Al final de la lista se encuentran el NEA y NOA (con 45 y 43 libros promedio por hogar, respectivamente). Este indicador podría relativizar los indicadores previos de baja lectura en la Patagonia, si bien es cierto que tener más libros en el hogar no equivale a leerlos.

CANTIDAD DE LIBROS EN LOS HOGARES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Promedio	67	51	69	45	43	49
Más de 100	11	8	12	5	5	9
51 a 100	13	11	16	7	10	11
31 a 50	14	12	14	9	12	13
21 a 30	10	7	10	10	12	11
11 a 20	17	18	15	19	17	15
6 a 10	13	19	12	18	15	17
1 a 5	15	20	13	24	17	17
Ninguno	6	6	4	5	9	4

En cuanto a los géneros leídos, no se observan diferencias muy importantes. Las pocas dignas de mencionar radican en los tres géneros más leídos, *cuentos*, *novelas* y libros *escolares/de texto.* En el primero, la Patagonia tiene el mayor porcentaje de menciones, con un 58% de los lectores de libros y el NEA el más bajo, con 42%; en cuanto a las novelas, Patagonia y GBA llegan a un 50% de menciones, contra un mínimo del 35% en el NEA. Alguna otra diferencia se nota respecto de la categoría de libros *escolares/de texto*, mencionada por el 50% de lectores de libros en el NEA y el NOA, y por 39% en las zonas de Centro y GBA (que son las regiones relativamente más bajas). En el resto de los géneros ninguna diferencia entre regiones supera el 10%.

Algo similar ocurre con las temáticas más leídas en los últimos dos años, ya que, excepto la relativamente alta lectura de *religión* en el NEA (con un 45%) y de *literatura* en GBA (con 52% de menciones), el resto de las diferencias no parecen muy importantes.

GÉNEROS LITERARIOS LEÍDOS EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Cuentos	46	44	52	42	55	58
Novelas	46	36	50	35	42	50
Escolares /de texto	39	49	39	50	50	40
Biografías	35	30	35	38	30	28
Poesía	29	24	27	29	33	23
Historietas, comics	26	23	25	34	32	25
Científicos, técnicos	22	24	23	24	22	20
Ensayos	12	10	16	12	7	9
Guiones	10	6	7	10	5	7

TEMÁTICAS LEÍDAS LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Historia	51	46	50	53	54	49
Ciencias Sociales	37	35	37	35	38	31
Política	31	19	30	31	17	24
Religión	33	37	31	45	40	29
Literatura	48	42	52	45	40	39
Psicología	23	23	21	23	22	25
Ciencias Naturales	29	27	28	33	34	19
Deportes	27	22	19	26	16	14
Policial	22	16	20	22	14	25
Ciencia Ficción	22	17	21	20	17	19
Informática	21	16	20	26	18	15
Misterio, terror	20	10	18	18	16	17
Autoayuda	18	19	18	17	15	20
Hobbies	19	12	13	13	9	14
Economía	15	11	9	17	10	10
Arte	20	13	14	13	12	11
Decoración	17	15	11	15	10	13
Marketing	9	7	6	11	6	6
Sexualidad	3	5	7	8	4	8
Ocultismo	3	4	4	4	3	4

Para finalizar, al consultar sobre las cuestiones que incentivarían la lectura de libros, se observan algunas diferencias entre regiones. En la región Centro, que presenta indicadores de lectura de libros relativamente altos, el principal incentivo mencionado -con una diferencia destacable respecto a algunas de las otras regiones- consiste en disponer de *más tiempo libre* (66%, contra un 46% en Cuyo). En cambio, la disponibilidad de *libros más baratos* es la más mencionada en la región de Cuyo (47%), seguida de cerca por la región Centro (45%), muy lejos del GBA donde tan sólo el 25% la mencionó. La necesidad de *solucionar problemas de vista* y de *tranquilidad para concentrarse*, fueron menciones destacadas en la Patagonia (34% y 53% respectivamente) contra valores mínimos de 15% y 13% en

NOA y GBA. Por último, la opción *leer mejor*, referida a la necesidad de enseñanza y práctica de lectura, se destacó en Cuyo (21%), contra un 2% de menciones en el GBA.

CUESTIONES QUE INCENTIVARÍAN LA LECTURA DE LIBROS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Más tiempo libre	66	46	55	61	52	51
Libros más baratos	45	47	25	41	37	38
Solucionar problemas de vista	15	26	23	21	15	34
Tranquilidad para concentrarse	36	38	13	42	29	53
Leer mejor	12	21	2	10	15	12
Otras ayudas	2	4	3	0	2	1
Ns-Nc	10	7	18	5	15	8

LECTURA DIGITAL (EN PANTALLA DE PC)

Para analizar la lectura digital por regiones, vamos a considerar también, la tasa de usuarios de PC y de acceso a Internet, además del porcentaje de lectores digitales. En los tres casos vemos que la Patagonia es la región con más usuarios de PC, conexión a Internet y lectura digital, con 64% para los dos primeros indicadores y 56% para el segundo.

Respecto de las tasas de usuarios de PC y de acceso a Internet, todas las demás regiones tienen tasas similares, que oscilan entre el 56% y 58%, con excepción del NOA donde sólo el 48% usa PC y el 46% tiene Internet. En cuanto a la cantidad de lectores digitales, el Centro con 54%, y Cuyo y NEA con 52% secundan a la Patagonia; mientras que el GBA con 44% se acerca al NOA, que cierra la serie con 42%. El orden de las regiones es el mismo: la Patagonia va primera, siguen Centro, NEA y Cuyo en un primer grupo, y quedan relegados unos puntos más atrás, el NOA y el GBA.

USUARIOS DE PC, ACCESO A INTERNET Y LECTURA DIGITAL

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Usuarios de PC	58	58	58	57	48	64
Acceso a internet	58	56	56	57	46	64
Lee de la PC 10 minutos o +	54	52	44	52	42	56
Todos o casi todos los días	25	24	19	24	19	25
3 o 4 días por semana	12	11	9	12	8	17
1 o 2 días por semana	9	13	8	11	9	7
Menos de 1 por semana	4	3	4	4	5	4

En cuanto a los tipos de lectura en Internet, Patagonia se destaca por la *lectura de mails* y *diarios*, con 41% y 24% de lectores respectivamente, y le lleva entre 5 y 10 puntos de ventaja al resto de las regiones en ambos tipos de lectura. Respecto de las *redes sociales, blogs y chats*, se observa un rezago relativo del NOA (con 22%) contra valores cercanos al 30% para las restantes. Con excepción de un alto 18% en la región Centro para la categoría *textos de divulgación,* el resto de las lecturas digitales no presenta diferencias importantes entre sí.

TIPO DE LECTURAS DIGITALES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Mails	34	36	33	33	22	41
Blogs, chat, redes sociales	29	30	26	31	22	30
El diario	20	19	19	18	17	24
Noticias, primicias	16	13	15	20	15	19
Textos de divulgación	18	11	14	15	16	10
Coment. series, pelic, libros	12	7	10	11	8	8
Textos del trabajo	13	8	10	8	8	8
Libros	5	6	6	7	5	3
Revistas	6	4	3	5	4	6

LECTURA DE DIARIOS

A nivel general, la lectura de diarios es una de las más habituales actividades de lectura realizada semanalmente. Al consultar acerca de la frecuencia de lectura nos encontramos con que alrededor de 3 de cada 10 personas leen el diario casi todos los días de la semana (*5 a 7 días*), con valores máximos en el NOA 36%, seguido por la Patagonia con un 32%, y valores mínimos en el GBA, con 23%.

FRECUENCIA DE LECTURA DE DIARIOS
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
5-7 días/todos o casi todos	30	26	23	28	36	32
3-4 días/algunos por semana	15	16	12	8	16	23
1-2 días semana	27	37	33	34	28	26
- de 1 día/de vez en cuando	8	5	7	8	5	7
No lee/nunca leyó	21	17	25	23	15	13

LECTURA DE REVISTAS Y OTRAS PUBLICACIONES NO MASIVAS

La lectura de revistas en cuanto a la dimensión regional muestra variaciones leves en torno al 65%, con un máxima del 71% en Cuyo, y un mínimo del 57% en el GBA.

La frecuencia de lectura muestra que la principal franja se ubica en la categoría *1 o 2 días por semana,* con valores mínimos de 25% en GBA y NEA, y máximos en Cuyo (43%). Sin embargo, cuando observamos la frecuencia de lectura, la región que se destaca es la del Centro, con un 8% de lectores de *5-7 días* y 11% de *3-4 días por semana,* 19% en total, ambos los valores más altos para todas las regiones. El resto de las regiones oscilan entre un 10% y un 15% (en la suma de ambas categorías). Por su parte, Cuyo se destaca por un 43% de lectores de revistas de *1-2 días por semana*, superando por 12 puntos a la siguiente región, Patagonia, y por 17% y 18% a las demás regiones.

LECTORES DE REVISTAS Y FRECUENCIA DE LECTURA
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lectores de revistas	66	71	57	64	67	70
5-7 días por semana	8	7	5	6	4	4
3-4 días por semana	11	6	9	9	6	11
1-2 días por semana	26	43	25	25	26	31
– de 1 día/de vez en cuando	21	15	18	24	31	24

Respecto de la lectura de publicaciones no masivas, los porcentajes por región más bajos se encuentran en torno del 29% y corresponden al GBA y NEA; y los más altos, con un máximo de 36% y 37%, en las regiones de Centro y Cuyo.

Los tipos de publicación no masivas presentan algunas diferencias relevantes. Las temáticas *religiosas* son la principal lectura en el NEA y NOA (con 48% y 47% respectivamente), y en menor medida en la Patagonia (con un 41%), que cae al 29% en GBA y al 26% en Cuyo y Centro. El GBA, por su parte, se destaca con un 49% de lectura de temáticas *locales, barriales o regionales*, superando por 17 puntos a la siguiente región, Centro, con 32%; y por 33 puntos a Cuyo. Las *publicaciones gratuitas*, por su parte, se destacan fortísimamente en Cuyo con un 51% de menciones, contra variaciones del 21% al 9% en las restantes. Por último, la lectura de temáticas *políticas, culturales* y *deportivas* se destacan en el NEA, con un 29%, 25% y 18% de lectores respectivamente.

LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS Y TIPO DE PUBLICACIÓN
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS, 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lectores de public. no masivas	36	37	29	29	33	32
Políticas	20	11	9	29	14	22
Financieras	6	-	5	5	6	5
Técnico-científicas	8	6	6	13	3	6
Sobre deportes	11	7	6	18	6	5
Culturales	18	10	10	25	8	13
Locales, barriales, regionales	32	16	49	17	23	21
Religiosas	26	26	29	48	47	41
Institucionales	3	5	5	7	4	3
Publicaciones gratuitas	11	51	9	11	21	19

CANTIDAD Y FRECUENCIA DE COMPRA DE LIBROS

Para finalizar, el análisis de la cantidad y el promedio de libros comprados durante el último año muestra que el porcentaje de compradores es bastante similar en todas las regiones, con oscilaciones del 49% en la Patagonia al 42% en el NOA.

Sin embargo, es posible observar algunas diferencias en la cantidad de libros comprados en cada región, lo que permitiría dividir a las regiones en dos grandes grupos. Por un lado, Patagonia (con 2,8 libros por persona), y Centro y GBA (con 2,5) y, del otro, Cuyo (con 1,8), NEA (con 1,7) y NOA (con 1,6). Respecto del primer grupo, el GBA se destaca por tener un poco más de población que compra muchos libros al año (*más de 10* y *entre 5 y 10 libros*), mientras que el Centro y la Patagonia se caracterizan

por tener una pirámide con una base más grande, es decir, más compradores de menos cantidad de libros. El segundo grupo presenta distribuciones más parejas entre las tres regiones.

CANTIDAD DE COMPRADORES DE LIBROS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

		REGIONES					
		Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Cantidad	Compró libros el último año	46	43	47	44	42	49
	Promedio de libros comprados	2,5	1,8	2,5	1,7	1,6	2,8
	Más de 10 libros al año	4	2	4	2	2	3
	Entre 5 y 10 libros al año	10	11	14	7	9	9
	Entre 3 y 4 libros al año	13	11	12	11	11	16
	Entre 1 y 2 libros al año	19	18	17	23	19	19

Con respecto a los lugares de compra de libros, las *librerías de nuevos a la calle* son el principal espacio comercial en todas las regiones, las mismas pueden alcanzar porcentajes cercanos al 70% (GBA) y no menores al 50% (Centro y Patagonia, con 53% y 54%). Pero en un segundo plano se destacan algunas particularidades por región. En el caso del GBA, aparecen las *librerías de usados* con un 33% y los *puestos de parques,* con un 19% del público comprador. En Cuyo también se destacan las librerías de usados, con el 25%. El 24% de compra en *librerías de shoppings* en la Patagonia, sumado al 15% de venta en *kioscos* y el 6% en *supermercados*, permite observar cómo crecen estos nuevos espacios de venta de libros. En la región Centro, por su parte, el 20% compra libros en *kioscos*, casi 10 puntos por sobre las demás regiones. Y en el NEA, finalmente, sobresale la *venta domiciliaria,* con un 25% de compradores, entre el doble y 5 veces más que el resto de las regiones. Por último, la compra por *Internet* ronda el 10% en las zonas Centro, Cuyo y Patagonia, y el 5% en las demás.

LUGARES DE COMPRA DE LIBROS

COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES), 12 AÑOS Y MÁS

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Librerías de nuevos a la calle	53	61	68	58	60	54
Librerías de usados	19	25	33	10	20	19
Librerías con mesas y bar	13	3	11	5	9	9
Librerías de shoppings	15	12	13	7	4	24
En kioscos	20	13	13	13	8	15
En puestos de parques	5	2	19	5	6	7
En supermercados	6	4	5	4	3	6
Por Internet	9	9	5	6	5	10
A vendedores domiciliarios	8	6	5	25	10	12
En escuelas o universidades	12	13	13	21	13	10
En ferias del libro	17	8	17	11	7	12

LECTURAS FRONTERIZAS: JÓVENES Y PRÁCTICAS DE LECTURA

VALERIA SARDI

VALERIA **SARDI**

Es Profesora y Doctora en Letras (UNLP). Es Profesora Adjunta Ordinaria e investigadora en la cátedra de "Didáctica de la Lengua y la Literatura II y Prácticas de la Enseñanza" en esa casa de estudios. Es co-autora del documento *Proyecto de Mejora de la Formación Docente para el nivel secundario orientado al área Lengua y Literatura* del Instituto Nacional de Formación Docente y, para la misma institución, se ha desempeñado como consultora especialista en Lengua y Literatura y TIC del Programa Conectar Igualdad. En los últimos años ha publicado los ensayos *Historia de la enseñanza de la lengua y la literatura. Continuidades y rupturas* (2006, Libros del Zorzal); *El desconcierto de la interpretación. Historia de la lectura en la escuela primaria argentina entre 1900 y 1940* (UNL, 2010); *Poéticas para la infancia* —en coautoría— La Bohemia, 2011, Mención de Honor Los Destacados de ALIJA en Producción Teórica, 2012). Su último libro *Políticas y prácticas de lectura. El caso Corazón de Edmundo de Amicis* (Miño & Dávila, 2011) ha sido galardonado con el Segundo Premio Nacional de Ensayo Pedagógico, Producción 2008-2011. En el ámbito de la ficción, ha publicado *Morada* (Ediciones La yunta, 2013) en el género poesía.

LECTURAS FRONTERIZAS: JÓVENES Y PRÁCTICAS DE LECTURA

Roland Barthes afirma que "*leer es una actividad metonímica, devoradora; uno atrae hacia sí toda la capa de la cultura, se entra como en alta mar, en el Imaginario de la Cultura, el concierto, la polifonía de mil voces de los otros con las cuales mezclo las mías (...)*" (Barthes, 2005:324). Es decir que la experiencia de la lectura hace que los sujetos ingresen en una trama compleja de significados y voces, en la que lectores y escritores dialogan y navegan por la cultura de manera dinámica, a lo largo de la historia, entre lo residual y lo emergente (Williams, 1980), entre lo propio y lo ajeno. En este sentido, la lectura habilita las mezclas, los intercambios, los cruces, los desplazamientos, las combinaciones, los encuentros entre culturas y pertenencias culturales. Asimismo, esta metáfora de la lectura concibe al lector como un viajero que ingresa a espacios reales o imaginarios creados por otros, pero tiene la posibilidad de imprimir su propia huella en aquello que lee; es autónomo, no se somete a la dominación de la letra sino que, por el contrario, puede seleccionar, interpretar y reelaborar aquello que lee.

Lo que cada sujeto lee y construye en su propia lectura puede entrelazarse con otras lecturas posibles en otros contextos socio-históricos y culturales de manera tal de enriquecerse mutuamente. Es decir, si bien las prácticas de lectura están enraizadas en la historia cultural de las sociedades y se vinculan con el inconsciente cultural legitimado socialmente en cada contexto socio-histórico, establecen relaciones culturales dinámicas que se mueven entre aquello que ya estaba presente en el pasado y los nuevos significados y prácticas que son continuamente creados.

Es así que analizar las prácticas de lectura actuales en Argentina a partir de los resultados de la *Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura* (ENHL), es una oportunidad para reflexionar sobre cómo la lectura se constituye en una práctica sociocultural e histórica anclada en un contexto concreto que visibiliza tanto representaciones y discursos como dispositivos y prácticas. Es decir, analizar las actuales prácticas de lectura nos invita a revisar la historia de la lectura para observar cómo se configuran las concepciones de lectura inscriptas en ciertas tradiciones y que generan una discursividad en torno a la lectura que va del pasado hacia el presente y, por qué no, hacia el futuro. ¿Y cuáles son los modos en que los lectores pueden distanciarse de lo establecido y apropiarse de la cultura escrita de formas impredecibles e inesperadas?

DISCURSOS EN TORNO A LA LECTURA

Una creencia que tiene una larga historia es aquella que concibe a la lectura como una práctica solitaria y silenciosa; la de un lector que se aísla para leer, que lee fundamentalmente novelas o

textos literarios durante una temporalidad extendida y que sigue el desarrollo del relato de principio a fin. Una experiencia de lectura que se vive como una "excepción cultural" (Chartier y Hébrard, 2002) o como "la comunicación de otro pensamiento, pero siempre en soledad, es decir, disfrutando de la potencia intelectual que uno tiene en la tranquilidad (...) continuando con el poder de la inspiración, permaneciendo en ese pleno y fecundo trabajo del espíritu sobre sí mismo" (Proust, 2006:33). Es decir, la lectura se asocia con el goce estético, con la elevación espiritual y con el contacto con la sabiduría, con universos desconocidos y superiores a los lectores y a los que sólo se puede acceder a través de la lectura de literatura en silencio.

La noción de lectura silenciosa da cuenta de una invención cultural que se inicia en Europa entre los siglos XVI y XVII, en el mundo universitario y después en las cortes, pero que en el mundo hispano va a cobrar fuerza y transformarse en una práctica habitual recién a partir del siglo XIX. En ese contexto histórico se produce una transformación cultural que genera nuevas sociabilidades lectoras: por un lado, se pasa de la experiencia de leer con otros a la lectura individual y, por el otro, de leer en voz alta a leer en silencio. De allí que la lectura en silencio se relacione con la lectura docta y academicista, mientras que las lecturas populares se vinculen con las prácticas de lectura en voz alta.

Esta concepción de lectura se asocia a la idea de que leer implica la selección rigurosa de las lecturas que los lectores van a realizar; leer deviene una práctica que implica un recorte, una tradición selectiva en la que se privilegia la cultura letrada, los textos del panteón literario, aquellos legitimados por la norma estética de la época. Es decir, se instala la perspectiva de la legitimidad cultural para seleccionar los textos pasibles de ser leídos de manera tal que se considera genuina la cultura de los sectores dominantes en desmedro de la cultura de los sectores dominados. Esta creencia instituye cierta cultura literaria ligada al patrimonio cultural y, como señala Jean-Marie Privat, se considera que "la salvación cultural está en la lectura de los grandes textos" (Privat, 2001:48): se piensa la lectura en tanto lectura de los textos literarios canónicos.

En consecuencia, desde principios del siglo XX se instala en nuestro país esta representación de la lectura desde el discurso de las políticas educativas y del libro. De igual modo, se define la lectura desde el discurso hegemónico e institucionalizado que busca poner coto a las prácticas culturales de los sectores populares que irrumpen en la vida sociocultural de la Buenos Aires de principios de siglo, a partir de los cambios políticos, económicos, sociales, culturales y urbanísticos provocados por la inmigración. De allí que, a partir de la irrupción de un nuevo mercado del libro que gana otros territorios -como la venta ambulante y los kioscos de revistas-, aparecen colecciones de literatura de aventuras, policial, romántica, filosofía, doctrinas políticas, higiene y educación sexual, entre otros géneros; y las prácticas de lectura rompen las fronteras del espacio íntimo para irrumpir en el ámbito público, trayendo como consecuencia una ampliación del público lector.

Es entonces que la lectura de los textos literarios pierde su carácter sagrado a partir de la presencia en la vida comunitaria, y se impone la ruptura de los parámetros estéticos instituidos desde los discursos hegemónicos. Esto trae como consecuencia una mirada miserabilista –por parte de las burocracias letradas– hacia las prácticas de lectura de los sectores populares. Prácticas que son vistas desde un racismo de clase (Grignon y Passeron, 1991) que establece cuál es la definición de cultura en la sociedad y, a su vez, desde un etnocentrismo de clase que mira las prácticas de lectura populares como signos de barbarie, vulgaridad e incultura. De allí que, podemos señalar, se instaló socialmente en el ámbito escolar una suerte de "moral lectora que establecía los límites entre la 'buena' y la 'mala' lectura, entre aquellas lecturas y prácticas lectoras que formaban [al sujeto] (...) en determinados valores cardinales y aquellas que lo ponían en peligro" (Sardi, 2010:125).

Esta concepción de lectura se vincula con una perspectiva academicista que considera que leer es leer libros; es decir, considera que la lectura se inscribe en la cultura letrada y se instaura la creencia de que la única mirada posible sobre la lectura es la culta, aquella que promueve la escuela y las políticas públicas, y a la que aspiran ciertos sectores del campo intelectual. Esta posición, en algunos casos, puede vincularse también con cierta mirada apocalíptica respecto de la muerte del libro y el fin de la lectura, y con una comunidad de lectores débil o en vías de extinción de acuerdo con ciertos parámetros sociales,

trayectorias escolares e instituciones legitimadoras. Un ejemplo de este punto de vista es la desconfianza por parte de algunos discursos hegemónicos respecto de la noción de *lector* que propone la ENHL en tanto "toda persona que lee algún material de lectura por quince minutos seguidos en cualquiera de los soportes disponibles". De igual modo, se desconfía de la afirmación de que el noventa por ciento de la población argentina lee –un cuatro por ciento más que en el 2001–, ya que esos guarismos incluyen la lectura de diarios y correos electrónicos que, para estas posiciones academicistas, no se trataría de lectura.

Esos discursos construyen una figura de lector modélica que parte de una universalización de la lectura, de unas modalidades de lectura particulares, que presuponen un lector letrado, culto, que lee en silencio, en soledad, de manera sostenida y sin transformaciones en el tiempo, y que se propone acceder a través de la lectura al goce estético y al capital simbólico y cultural. De algún modo, esta figura de lector o lectorado no atiende a los cambios que se han venido dando históricamente en los modos de leer y en los lectores. Tampoco contempla las transformaciones culturales, sociales y tecnológicas de los últimos años, que han generado múltiples maneras de leer y de vincularse con la cultura escrita.

En este sentido, analizar las prácticas de lectura implica focalizar las prácticas situadas y los lectores reales; para ello es necesario renunciar a ciertos supuestos e imposturas teóricas, y desechar perspectivas academicistas, ya que la lectura siempre se produce en múltiples direcciones y de maneras impensadas e inadvertidas. Como señala Roger Chartier, abordar las prácticas de lectura implica "identificar las competencias y las prácticas propias de cada comunidad de lectores, los códigos y las convenciones propios de cada género" (Chartier, 2005:199) que se circunscriben en un contexto sociohistórico determinado. Es decir, se trata de presentar a la lectura como una práctica sociocultural e histórica "encarnada en gestos, espacios, costumbres" (Chartier, 1999:108), que se distancia del mero acto de leer en tanto decodificación de signos lingüísticos y considera las modalidades e intensidades de lectura, la diversidad de soportes, la relación con otros consumos culturales, las redes de prácticas y modos de acceso a la lectura, las formas en que los textos les llegan a los lectores (Chartier, 1999).

Asimismo, se hace necesario considerar que los lectores conforman comunidades de lectura que comparten una misma manera de vincularse con lo escrito. En otras palabras, unas prácticas, unas técnicas, unos modos de leer que, a su vez, se caracterizan por sus pertenencias religiosas, políticas, gustos estéticos, valores, adscripciones genéricas variadas, múltiples, diversas, que escapan a toda posibilidad de homogeneización. Además, los lectores en tanto sujetos autónomos, construyen sus propios itinerarios de lectura, sus singulares modos de leer, sus propios significados culturales, sus vinculaciones particulares con los textos a partir de sus propias trayectorias biográficas y de lectura; es decir, los lectores se apropian de los textos de maneras impensadas, re-trabajan los textos en relación con su propia vida (Lahire, 2004), interpretan y reinterpretan los textos a su antojo, los comprenden y manejan de maneras diversas y heterogéneas.

De ahí que, cuando hablamos de lectura, partimos del presupuesto de la variancia, la diversidad de modos de leer, de soportes, formatos y prácticas que dan cuenta de múltiples diálogos posibles, capaces de imprimir sus marcas singulares a las prácticas de lectura y, por ende, a las y los lectores. En ese sentido, la lectura es una práctica que transforma y modifica al lector, construye travesías en sentidos múltiples y diversos. Por eso no puede controlarse totalmente, ya que siempre existe la posibilidad del desvío y la ruptura a contrapelo de los discursos hegemónicos o institucionalizados.

JÓVENES Y LECTURA

Si pensamos en las prácticas de lectura que tienen por protagonistas a jóvenes de entre 12 y 25 años, esta mirada diferenciada se profundiza y necesita de una perspectiva que considere las prácticas de lectura en tanto calidoscopio de modos de leer, gestos, valores, racionalidades, géneros, formatos, soportes en diálogo o en tensión con el vínculo que estos jóvenes tienen con las prácticas de lectura en ámbitos educativos, con otros productos culturales y con las actividades en el tiempo libre. Se trata de mirar cómo las prácticas de lectura del ámbito privado dialogan con las del ámbito público y configuran una red interdependiente que da cuenta de, por un lado, la disponibilidad de textos y, por otro, de las

situaciones concretas de acceso a la cultura escrita (Kalman, 2001). Asimismo, analizar las prácticas de lectura en esta franja etaria permite cotejar y plantear similitudes y diferencias en torno a cómo se relacionan con la lectura los jóvenes de entre 12 y 17años, y de entre 18 y 25 años.

Acaso una primera dimensión a observar en las prácticas de lectura de estos jóvenes es el modo en que se vinculan con la cultura escrita, cómo viajan por diversas zonas donde se producen cruces entre sus identidades, sus pertenencias sociales y geográficas y sus inscripciones culturales. Los jóvenes contemporáneos atraviesan las formas de producción cultural con una actitud irreverente, subversiva, con una mirada extrañada respecto de las inscripciones culturales hegemónicas, en una clara actitud contestataria y de ruptura, a contrapelo de lo esperado. Los modos en que leen cuestionan las modalidades de lectura habituales, plantean nuevas relaciones entre lectura y experiencia, nuevos modos de apropiarse del conocimiento y de la lectura, y nuevas discursividades donde el anclaje ya no está dado por la pertenencia a un enclave cultural legitimado, sino por un nuevo orden discursivo donde los textos se separan de su materialidad y su inscripción autoral. Es decir, no establecen una relación con la lectura como si se tratara de una práctica cultural sagrada, para unos pocos, restringida a ciertas clases sociales, en la que ellos no están autorizados a participar, que sino, por el contrario, viven la lectura como una experiencia sin matices elitistas ni restricciones, como una circunstancia más de sus vidas.

Contra todos los pronósticos, los lectores jóvenes leen de manera intensiva y sostenida, como lo demuestran los resultados de la ENHL que arrojan que entre un 90% y un 92% de los jóvenes –entre 12 y 17 y entre 18 y 25 años– leen en nuestro país. Si le sumamos el porcentaje de lectores que leen notas, prospectos, carteles, instructivos, titulares, textos breves, es decir, la lectura de *ephimera* –aquella que da cuenta de una lectura pasajera, fragmentaria, que se realiza simultáneamente con otras actividades pero que también se considera lectura– podemos sumar un 1% más de lectores jóvenes al total de 90% / 92%.

LECTURA EN GENERAL: LECTORES, EX-LECTORES Y NO LECTORES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lectores	92	90	94	92	82
Ex-lectores	5	8	4	5	12
Lee notas	11	1	1	1	4
No lee	1	1	1	1	3

Asimismo, en cuanto a la frecuencia de la lectura, los índices más altos corresponden a la lectura intensiva: 22% y 23%. Otro dato que proyectan los resultados es que las diferencias siguen radicando en la pertenencia social de los lectores; es decir, las causas de la desigualdad en las prácticas de lectura siguen siendo socioeconómicas y, en algunos casos, geográficas, como podemos ver en la tabla.

INTENSIDAD DE LECTURA EN GENERAL

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
No lee (actualmente)	1	4	16
Lectura baja	9	15	24
Lectura moderada	14	15	16
Lectura media	22	19	17
Lectura alta	24	23	13
Lectura intensa	30	24	15

Otro aspecto a tener en cuenta es que, en cuanto a la lectura en general, proporcionalmente, las mujeres leen más que los varones. En relación con la dimensión sociodemográfica, en todo el país los índices más altos son los de la no lectura de libros.

FRECUENCIA DE LECTURA DE LIBROS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
5-7 días por semana	16	16	11
3-4 días por semana	16	17	8
1-2 días por semana	18	16	12
Mensual o menos	22	19	17
1 al año o menos	5	7	7
No lee	22	22	44
Ns-nc	2	4	1

Posiblemente, estos valores se expliquen por la representación de la lectura que tienen los jóvenes, tal vez más ligada a una concepción letrada, influida por la escolarización. Por otra parte, la lectura se complejiza en cuanto a los cambios en los soportes a partir de la revolución digital y con la disponibilidad de tiempo para llevar adelante esta práctica. En este sentido, una particularidad de la lectura en la contemporaneidad es su carácter intersticial (Gilfedder citada por Lyons, 2012): leer se ha vuelto una práctica que se realiza entre tareas, trabajos, actividades cotidianas y, podríamos agregar, que se lleva adelante en simultáneo con otras actividades. Tal vez por eso sea válido tener en cuenta que, según los jóvenes entrevistados en la ENHL, uno de los posibles incentivos para leer sea tener más tiempo libre.

Como señalaba más arriba, los jóvenes configuran una comunidad de lectores con ciertos rasgos singulares y particulares que dan cuenta de cuáles son sus intereses, las temáticas preferidas, los géneros escogidos que se vinculan con sus creencias, ideologías y valores, como así también con sus modos de relacionarse con la cultura escrita.

Un modo de acceder a un conocimiento más cabal de la relación entre lectura y jóvenes es indagar en las relaciones que se establecen, en esta comunidad, entre las prácticas de lectura y la materialidad de los textos que leen. Así, podemos observar, por un lado, que el acceso a las prácticas de lectura por parte de los jóvenes forma parte de su experiencia cotidiana como sujetos de la contemporaneidad y, en particular, que sus prácticas de lectura son predominantemente intersubjetivas y colaborativas en tanto comentan los textos con familiares y amigos, con compañeros de estudio. En el caso de los jóvenes de entre 18 y 25 años, un 58% comenta los textos que lee con sus compañeros de trabajo. Vale decir que la lectura no se piensa como una práctica solitaria y aislada, sino como una práctica cooperativa, lo que da cuenta de una diferencia notable con la representación letrada y academicista de la lectura de la que hablábamos más arriba.

De modo que la lectura, para los jóvenes, es una experiencia con otros, es un diálogo con los autores, pero también con los lectores y sus singulares modos de leer. De ahí que esa lectura colaborativa, por un lado, favorezca la construcción de una identidad cultural plural, abierta al cambio y al disenso; y, por otro lado, promueva la conformación de ciertos *habitus* lectores o costumbres culturales específicas (Privat, 2001) que configuran una familiarización con la lectura como práctica sociocultural.

MEDIADORES DE LECTURA - COMPARATIVOS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Comenta con fliares. y amigos	69	72	79	79	70
Comenta en su trabajo	30	58	61	60	44
Entre compañeros de estudio	88	73	63	61	40
Comenta entre vecinos	27	27	29	38	38
Comentan diarios que leen	55	74	77	81	69
Comentan libros que leen	78	59	63	62	45
Comentan revistas que leen	60	53	60	56	47
Comentan textos de la PC	63	58	45	33	9

Además, los modos en que los textos les llegan a los lectores son múltiples, ya que leen en pantalla y en papel (diarios, revistas y libros). En el caso de los más jóvenes, el 80% lee un libro o más por año. Entre los mayores, los índices más altos corresponden a la lectura de diarios (81%), luego sigue la lectura en pantalla, lo que demuestra que la lectura digital ha revolucionado los modos de leer de los jóvenes (76% y 74% respectivamente), luego le siguen las revistas (73% en el caso de los más jóvenes) y la lectura de un libro o más en el caso de los jóvenes de 18 a 25 años (63%).

En cuanto a cómo los jóvenes acceden a los libros, es interesante indagar en que, comparativamente, un alto porcentaje los compra, otros acceden a través del préstamo de amigos y familiares y, contra ciertas creencias instaladas socialmente, un porcentaje muy menor lee en fotocopias o los baja de Internet. Por otro lado, se observa una diversidad de espacios urbanos donde los jóvenes declaran que adquieren los libros como librerías de nuevo, usado, shoppings y kioscos de revistas como así también espacios sociales de lectura como plazas, instituciones educativas y ferias del libro que dan cuenta de otras sociabilidades vinculadas con el mundo editorial, es decir, se observa una ampliación en los modos de acceso al libro que dejan al espacio de la biblioteca por fuera, como demuestran los resultados de la ENHL en el que sólo un 22% concurre a ellas. En este sentido, la disponibilidad de textos y su acceso se democratiza y se amplía el universo de espacios públicos donde los jóvenes se vinculan con los libros.

FORMAS DE CONSEGUIR LOS LIBROS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Los compra el entrevistado	42	66	81	80	76
Se lo prestan fliares. y amigos	43	53	50	50	51
Se los regalan	21	16	25	23	30
Los compra otro de la familia	49	23	15	18	19
Los pide en una biblioteca	27	22	11	8	5
Estaban en su casa antes	15	12	9	14	12
Los fotocopia	16	13	7	3	1
Los baja de Internet	5	14	8	5	-

En el caso de los diarios, los jóvenes predominantemente los compran pero también y en forma significativa los leen a través de internet, dando cuenta de una modalidad de lectura que ha crecido notablemente en los últimos años.

LECTURA DE DIARIOS: FRECUENCIA Y ACCESO

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EDAD				
		12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Cómo consigue el diario	Lo compra	50	57	63	75	75
	Se lo prestan	31	24	18	14	22
	Lo lee por Internet	21	29	31	18	5
	Está en el trabajo	3	8	12	9	3
	Los recibe gratis	9	4	8	6	5

Si miramos, entonces, la relación entre jóvenes y lectura digital, podemos observar que este tipo de práctica forma parte de la vida cotidiana de esta franja etaria. Mayoritariamente los jóvenes se conectan a Internet desde sus casas –aunque los que provienen de sectores socioeconómicos bajos lo hagan desde los cybers– y la utilizan para enviar correos electrónicos, comunicarse a través de las redes sociales, chatear, bajar música, estudiar, informarse, leer diarios y, por último, para bajar libros, como podemos observar en las tablas siguientes.

ACCESO Y LUGARES DE ACCESO A INTERNET

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

		EDAD				
		12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Acceso a Internet		89	85	74	47	11
Dónde accede a Internet...	En casa	57	62	59	39	10
	En el trabajo	1	12	22	18	3
	En cibers/locutorios	26	19	10	3	-
	En la escuela/univers.	21	14	5	2	-
	En el celular	2	5	2	1	-
	Otros lugares	8	9	5	2	-
	Ns-Nc	3	1	3	2	-

PARA QUÉ USA INTERNET

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Revisar correo	32	50	51	33	7
Trabajar	-	5	18	17	2
Buscar trabajo	2	5	5	3	-
Realizar trámites	1	2	3	6	1
Estudiar	39	23	11	5	1
Chatear	33	26	17	9	2
Usar redes sociales	58	48	30	12	3
Usar juegos	27	10	4	2	-
Oír/bajar música	18	23	13	4	1
Ver/bajar videos	10	9	8	3	-
Informarse/ buscar info	11	13	18	16	6
Comprar/vender	-	1	2	-	-
Leer diarios	3	7	14	8	4
Buscar/leer libros	1	1	1	1	-
Otros	6	7	6	6	1
Ns-Nc	-	1	1	-	-

Estos datos dan cuenta de que la lectura digital es una práctica habitual en la que se leen diversos discursos sin distinción y se salta de un formato al otro en el mismo soporte. Vale decir, no se prioriza la lectura de géneros específicos sino, más bien, se produce "una continuidad que ya no diferencia los diversos discursos a partir de su materialidad propia" (Chartier, 2010:26). Por ello, la lectura digital se caracteriza por ser una "lectura discontinua, que busca, a partir de palabras clave o rúbricas temáticas, el fragmento textual del cual quiere apoderarse (un artículo en un periódico, un capítulo de un libro, una información en una *web site*) sin que sea percibida la identidad y la coherencia de la totalidad textual que contiene ese elemento.

En un cierto sentido, en el mundo digital todas las entidades textuales son como bancos de datos que procuran fragmentos cuya lectura no supone de ninguna manera la comprensión o percepción de las obras en su identidad singular. Asimismo, en el caso particular del soporte digital, por un lado, la lectura en pantalla asigna a los textos una forma homogénea y, por otro lado, la lectura implica también escritura ya que los lectores pueden modificar el texto, borrarlo, reordenarlo y, a su vez, pueden transformarse en editores de sus propios textos por lo que, en el caso del mundo digital, también habría que dar cuenta de la relación estrecha entre lectura y escritura como prácticas socioculturales interdependientes, como se configura la cultura escrita en nuestro siglo.

Para los jóvenes, entonces, la lectura digital es una práctica que se asocia a Internet como herramienta de comunicación, divertimento o bien, en algunos casos, como instrumento que complementa y colabora con el estudio. Los jóvenes se familiarizan, como señala García Canclini, con los "modos digitales de experimentar el mundo, con estilos y ritmos de innovación propios de esas redes y con la conciencia de pertenecer a una región más amplia que el propio país, un tiempo en el que se interconectan por historias distintas" (García Canclini, 2004:190).

Los jóvenes se vinculan con la cultura escrita a partir de su ubicuidad: en los carteles en la vía pública, los mensajes de texto, el *chat*, los correos electrónicos, los folletos, los diarios y revistas, los libros –entre otros formatos– sin establecer rasgos de distinción o prestigio de unos materiales de lectura con respecto a otros. Sus prácticas de lectura se inscriben en otras prácticas culturales, se yuxtaponen a otras actividades, se insertan en lo ordinario de sus vidas cotidianas no como una práctica sagrada

o diferenciada respecto de otras prácticas culturales. De ahí que los jóvenes leen de otros modos y diversidad de materiales de lectura, *linkean* de un texto a otro, hacen *zapping*, leen mientras escuchan música, leen en Internet en las clases de secundario, leen en sus teléfonos celulares, leen en la vía pública. Como señala Martyn Lyons "cuando leen un libro, no ingresan en el templo de la cultura, sino que disfrutan tal como disfrutan de otros entretenimientos" (Lyons, 2012:389).

En este sentido, sus prácticas de lectura son cambiantes, mutantes, se transforman al calor de los cambios culturales y tecnológicos, no están marcadas por la continuidad ni la permanencia; en otras palabras, cuando pensamos en la relación entre lectura y jóvenes tenemos que tener en cuenta que esta práctica puede variar a lo largo de la vida, no tiene un carácter definitivo y está directamente emparentada con la construcción identitaria, los grupos de pertenencia, las trayectorias biográficas, las condiciones socioculturales y económicas. Es por ello que los porcentajes de no lectores –5% y 8% ex lectores y 7% y 9% de no lectores respectivamente– no deben alarmarnos ya que no podemos considerar la lectura de manera lineal sino, más bien, habría que tener en cuenta que quienes se piensan como ex lectores o no lectores en un período de sus vidas, pueden retomar la lectura en otros momentos de su trayectoria vital. Además, otra dimensión a analizar es cuáles son las representaciones de lectura que tienen los jóvenes cuando responden las encuestas de lectura ya que, en general, los entrevistados consideran lectura a aquellas prácticas vinculadas con los ámbitos educativos y con los libros, que históricamente han excluido las lecturas por fuera de la cultura letrada. Y, también, silencian aquellas lecturas que son estigmatizadas socialmente.

En cuanto a las temáticas que interesan a esta comunidad de lectores, un recorrido por los resultados de la ENHL nos permite observar que se interesan por aquellas vinculadas con el estudio –sobre todo en el caso de los más jóvenes– como la historia (92%), las ciencias sociales (79% y 77% respectivamente), las ciencias naturales (83% y 70 % respectivamente), aunque también gustan de la literatura de misterio y terror (50% y 47% respectivamente) y ciencia ficción (50% y 48% respectivamente) que da cuenta de un interés por vincular sus experiencias cotidianas con universos exóticos y extraños que permiten mirar la propia experiencia con nuevos ojos. En este sentido, si bien predomina un interés en temáticas vinculadas con el análisis de la realidad, también se destaca la elección por textos imaginativos, que cautiven sus emociones, que los vinculen con lo afectivo. Es decir, en sus elecciones temáticas observamos que la lectura se vincula con el aprendizaje de ciertos saberes pero también hay un interés por aquellos textos que dan cuenta del "derecho a la metáfora, al extrañamiento, al desvío, a la ampliación [de su] universo cultural" (Petit, 2001:141). Este interés por los textos de terror y misterio podría relacionarse con el boom del mercado editorial juvenil vinculado con las sagas de vampiros y el fuerte empuje del marketing editorial en este sentido.

Por otra parte, este interés por los extremos también puede canalizarse a partir de la lectura de textos religiosos que es otra temática de fuerte presencia en las lecturas de los jóvenes. Así, la encuesta arroja que un 48% y 49% respectivamente de las temáticas elegidas por jóvenes es religiosa, como así también cuando se trata de lectura de revistas se observa que un 31% y 28% elige esta temática. Acaso este interés por lecturas vinculadas con lo religioso se podría vincular con la difusión y visibilidad de la religión en nuestra sociedad, como así también a la creciente presencia, sobre todo en los sectores populares, de los grupos evangélicos como alternativa no católica y la cada vez más fuerte adhesión que tienen entre los jóvenes (Mosqueira, 2011).

TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS (MENCIONES TOTALES)
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Historia	92	91	89	85	84
Literatura	82	82	79	78	72
Cs. Sociales	78	77	75	67	61
Religión	49	48	55	68	62
Cs. Naturales	83	70	63	60	46
Política	41	50	56	61	51
Psicología	29	51	52	49	36
Deportes	50	44	40	37	32
Ciencia Ficción	48	50	45	42	27
Policial	36	37	47	45	52
Informática	49	49	44	30	18
Misterio, terror	50	47	37	30	28
Autoayuda	14	31	35	42	41
Arte	31	33	35	34	33
Hobbies	28	34	29	29	25
Decoración	17	25	30	36	34
Economía	19	37	32	31	25
Marketing	10	23	23	15	12
Sexualidad	9	26	18	15	9
Ocultismo	6	17	12	8	8

LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS Y TIPO DE PUBLICACIÓN
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lectores de public. no masivas	25	29	33	42	28
Políticas	12	20	12	17	12
Financieras	1	6	3	8	2
Técnico-científicas	1	8	9	8	4
Sobre deportes	18	15	4	8	8
Culturales	10	17	16	12	12
Locales, barriales, regionales	26	22	42	40	33
Religiosas	31	28	26	34	37
Institucionales	6	2	6	4	2
Publicaciones gratuitas	20	13	12	13	19

También la temática deportiva da cuenta de gustos e intereses similares en la comunidad de lectores de jóvenes, como se observa en los porcentajes respectivos de 50% y 48% en lectura de libros, 25% y 17% en lectura de revistas, un 46% y 38% respectivamente en lectura de diarios, que se vincula también con los actividades que los jóvenes –en este caso predominantemente varones– realizan en el tiempo libre. En el caso del deporte se trata de entre un 31% y 25% respectivamente, luego de ver televisión y escuchar música.

ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE, MENCIONES ESPONTÁNEAS TOTALES[1]

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Ver TV	70	59	62	58	69
Escuchar música	56	52	45	29	20
Escuchar radio	10	11	17	30	51
Hacer trabajos en casa	5	10	23	30	30
Estudiar	18	12	6	3	-
Juegos de mesa	2	2	1	1	1
Juegos virtuales	20	6	5	1	1
Tejer	1	-	3	4	11
Mirar películas	6	8	12	8	5
Hacer deportes	31	25	15	13	4
Visitar o recibir amigos	16	20	15	14	18
Ir a parques o plazas	4	9	12	13	8
Ir a shoppings	3	-	2	2	-
Salir a tomar algo	3	10	9	6	4
Ir a bailar	6	7	2	1	1
Ir al cine	1	2	1	3	1
Ir a eventos deportivos	2	2	2	2	-
Realizar viajes	1	2	2	2	1
Charlar en familia	6	10	15	14	11
Leer	10	10	14	14	13

También a los dos grupos etarios les interesa la lectura de noticias policiales del diario, como lo atestiguan los guarismos de 17% y 22% respectivamente.

En cuanto a temáticas diferenciadas entre los más jóvenes y los de entre 18 y 25 años, podemos observar que a los más grandes les interesan particularmente los textos de psicología en un 41%, las revistas vinculadas con *hobbies* en un 34% y del mundo del espectáculo en un 28%; mientras que, en el caso de los jóvenes de 12 a 17 años, se interesan por revistas para jóvenes en un 20%.

En cuanto a lectura de diarios, también observamos algunas diferencias respecto a las secciones. Si los jóvenes de 18 a 25 años leen los avisos clasificados en un 17% –y esto se vincula con el inicio de la vida activa en el mercado laboral– los más chicos sólo se interesan en un 4%; asimismo, el 19% de los más jóvenes gustan leer la sección de historietas, mientras que los mayores sólo lo hacen en un 6%, por dar cuenta de dos secciones donde no comparten los gustos ni los intereses.

En cuanto a los géneros literarios que escogen para leer, nos encontramos con algunos intereses similares. Por un lado, la fuerte predominancia de los textos escolares entre las preferencias de los lectores jóvenes (94% y 87% respectivamente) da cuenta, por un lado, de la influencia que la escuela y los ámbitos educativos siguen teniendo en la formación de lectores, como lo atestiguan los guarismos en relación a los ámbitos y personas que han influido en la lectura de los jóvenes han sido la escuela y la universidad y los profesores y maestros.

PERSONAS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Su padre leía...	53	55	55	56	50
Su madre leía...	69	69	65	62	52
Alguien influyó en su lectura...	69	68	59	59	51
Padre/madre	74	66	64	68	71
Hermanos	15	9	9	11	14
Otro familiar	24	19	21	23	15
Amistades/pareja	6	9	17	16	7
Maestro/profesor	53	49	42	43	39

ÁMBITOS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN

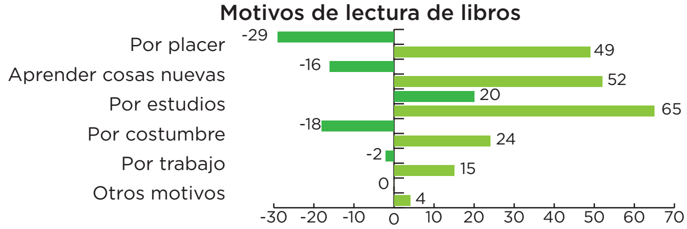
	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
¿Algún ámbito influyó...?	69	67	66	62	53
Casa de niño	51	52	48	53	51
Casa de amigo o familiar	12	12	13	19	14
Escuela/universidad	77	72	70	70	67
Biblioteca	8	5	6	8	5
Trabajo	0	10	8	9	6
Otros	4	6	9	10	12

Esta preponderancia también está presente en aquellos entrevistados que se reconocen como ex lectores ya que cuando dan cuenta de los géneros que leían antes, mayoritariamente se refieren a libros escolares, como así también explicitan que cuando leían lo hacían en un 65% para estudiar y en un 44% a partir de recomendaciones de profesores y las temáticas leídas también estaban vinculadas a contenidos escolares.

EX LECTORES: MOTIVOS DE LECTURA Y FORMAS DE ELEGIR LIBROS

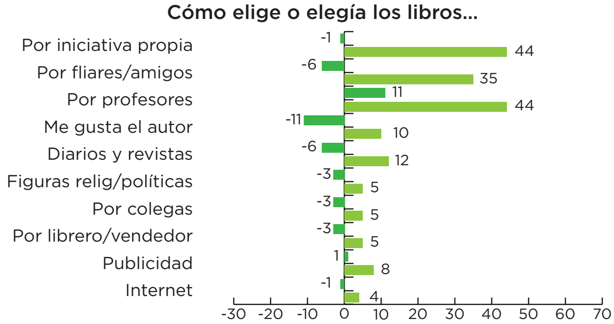
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

Motivos de lectura de libros



EX LECTORES: MOTIVOS DE LECTURA Y FORMAS DE ELEGIR LIBROS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS



En el caso de los jóvenes lectores de entre 12 y 17 años, el primer motivo vinculado con la lectura es el estudio y en el caso de los que se encuentran entre 18 y 25 años si bien el guarismo es menor –predomina el motivo para informarse en un 68%– en un 42% reconoce al estudio como una de sus motivaciones para la lectura.

Estos datos dan cuenta, también, de que los intereses y los motivos de lectura de los jóvenes están emparentados con cuáles son los libros que conforman su canon accesible, es decir, aquellos que tienen a la mano, por ejemplo en sus hogares. Así, comparativamente, como revelan los resultados de la ENHL, mayoritariamente en el espacio privado hay libros escolares y textos de estudio, luego textos literarios, libros religiosos y de autoayuda aunque también, en el caso de los más jóvenes, predominan los libros para niños mientras que en los jóvenes entre 18 y 25 años, tienen un lugar privilegiado los libros de estudio para terciarios y universitarios, así como los técnicos.

TIPOS DE LIBROS EN LOS HOGARES

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Literatura	83	80	79	81	81
De texto/escolares	98	85	75	74	50
Libros para niños	78	55	72	57	36
Religiosos	58	53	49	59	63
Cocina/decorac./hogar	57	50	51	57	59
Terciario/universitarios	41	69	57	58	39
Técnicos/profesionales	30	41	51	53	36
Autoayuda	32	30	33	41	37
De otros tipos	6	3	8	8	8

Volviendo a las preferencias de los lectores jóvenes, por otro lado, predomina la lectura de narrativa –el cuento es el género más leído– aunque también llama la atención el interés por la poesía, que se lee, en un 61% y 68% respectivamente según menciones totales, por sobre la lectura de textos históricos y científicos. También se destaca, en las menciones totales, el interés por la biografía, género que privilegia la puesta en escena de la identidad, la vivencia y la experiencia y, en el lector, opera como "orientación ética, (...) modelización de hábitos, costumbres y prácticas que es constitutiva del orden social" (Arfuch, 2001:29) ya que lo interpela en su propia subjetividad. De allí que el género biográfico establezca una relación entre lo público y lo privado, entre lo individual y lo colectivo, que genera empatía en el lector en relación con la historia que se cuenta.

GÉNEROS LITERARIOS LEÍDOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Cuentos	91	88	89	86	79
Novelas	66	78	78	79	79
Escolares /de texto	94	87	77	73	60
Biografías	68	71	65	61	54
Poesía	68	61	60	55	61
Historietas, cómics	67	55	48	39	36
Científicos, técnicos	30	50	48	43	29
Ensayos	26	35	39	39	31
Guiones	27	21	22	17	14

En este sentido, la relación de los jóvenes con la lectura –más allá de las particularidades en cada franja etaria– da cuenta de intereses, temáticas, soportes y prácticas que están marcadas por la pluralidad y la diversidad y, a su vez, nos muestran a lectores que construyen su entrada a los textos más allá de los modos de leer legitimados por los discursos hegemónicos, sean mediáticos o escolares.

JÓVENES LECTORES EN FORMACIÓN

La pregunta acerca de cómo leen los jóvenes nos invita también a indagar cómo se formaron como lectores y de qué modos los niños, hoy, empiezan a construir un camino como lectores. ¿Cómo se produce el acercamiento a la lectura? ¿Cuáles son sus primeros pasos en relación con esta práctica sociocultural? ¿Qué personas influyen e influyeron en su vínculo con la lectura?

Una escena recorre la historia de las prácticas de la lectura: un niño o una niña escuchan atentamente, en algún momento del día en el hogar, el relato oral de una vivencia familiar o la lectura en voz alta de un cuento para niños. De algún modo, esta escena da cuenta del modo en que muchos niños y niñas se inician en el contacto con la lectura, los libros y la memoria cultural de una comunidad. Como podemos observar en los resultados de la ENHL, esta escena sigue siendo iniciática para muchos niños y niñas como lo ha sido también para las y los jóvenes de hoy. Así los jóvenes entrevistados reconocen que las madres han sido quienes más influyeron en su relación con la lectura porque eran ellas quienes habitualmente les leían.

PERSONAS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN

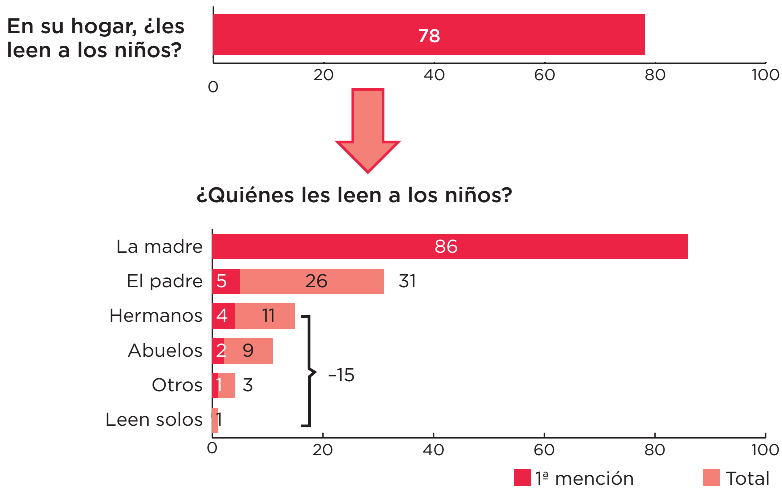
	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Su padre leía...	53	55	55	56	50
Su madre leía...	69	69	65	62	52
Alguien influyó en su lectura...	69	68	59	59	51
Padre/madre	74	66	64	68	71
Hermanos	15	9	9	11	14
Otro familiar	24	19	21	23	15
Amistades/pareja	6	9	17	16	7
Maestro/profesor	53	49	42	43	39

En el caso de los niños, futuros jóvenes, también en sus casas los adultos les leen y, nuevamente, es la madre quien ocupa ese rol de mediadora de lectura en las familias, como aquella que tiende el puente entre la lectura y los niños, entre el universo imaginario y las infancias.

LECTURA A NIÑOS EN EL HOGAR

Hogares donde habitan niños de 6 años o menos.

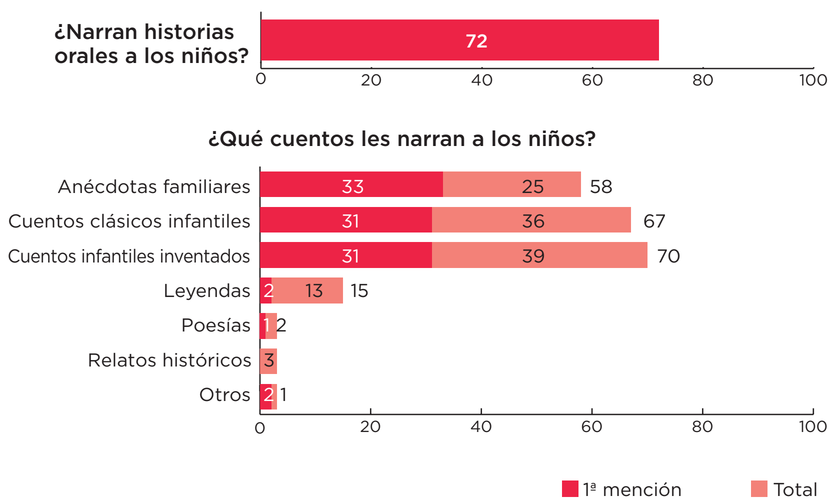
Entrevistados de 12 años y más



LECTURA A NIÑOS EN EL HOGAR

Hogares donde habitan niños de 6 años o menos.

Entrevistados de 12 años y más



Esta escena primigenia de lectura podría funcionar, de algún modo, como el origen de la práctica de lectura colaborativa que luego llevan adelante los jóvenes. A su vez, da cuenta de la lectura como una experiencia intersubjetiva, con otros, en esos encuentros en el hogar o en otros ámbitos donde los sujetos construyen su propia identidad, pueden modificar sus trayectorias biográficas, sus itinerarios de lectura y, además, vincularse con lo social y con el mundo de un modo diferente, con otra mirada. Asimismo, en esas escenas iniciáticas se lee como un modo de configurar una experiencia identitaria y de formación en la que se incluyen múltiples implicancias: leer porque les gusta a los niños, leer para

aprender y acceder a saberes específicos necesarios para la vida cotidiana, leer para promover la imaginación e ingresar en universos desconocidos, leer para fortalecer los vínculos consigo mismos y con otros, para que se formen como lectores y desde ese inicio empiecen a establecer una relación con la práctica de la lectura, leer porque desean que les lean, leer como antídoto contra las pesadillas, leer porque la escuela lo sugiere como una práctica formativa y, por último, entre los motivos que declaran los entrevistados, para conocer buenos autores.

En estas prácticas de lectura los adultos les leen a los niños libros, revistas, textos con ilustraciones o imágenes como así también textos escolares e informativos, dando cuenta de una diversidad de géneros a los que acceden los niños. A esos libros acceden, predominantemente, a través de la compra y sólo en un 24% les llegan a través de alguna de las políticas del libro y la lectura en desarrollo en nuestro país.

Otra, entre múltiples sociabilidades lectoras en el ámbito privado con niños, es la práctica de la narración oral que deviene, también, en una instancia de formación de lectores niños y niñas, como lo atestiguan los datos de la ENHL. Así, los niños acceden a anécdotas familiares, clásicos infantiles, historias inventadas, poesías y otros relatos a través de la voz, de manera tal que es la voz la que traza el camino hacia la lectura a través de sus cadencias, ritmos, matices, sonidos. De allí que cuando los textos escritos –como los cuentos infantiles– se oralizan, llegan a los lectores de otros modos ya que se transforman, se modifican, dan lugar a otras maneras de experimentar la lectura y generan otras vivencias en los niños y niñas a través de la voz de quienes les narran.

La lectura, entonces, para los jóvenes del futuro es una experiencia variada y diversa que nace a partir de la circulación de lo escrito que promueven las madres o algún adulto –en el espacio íntimo de cada hogar– que acerca una historia, un cuento, un relato para que un niño pueda ingresar en el universo de la cultura escrita, en algunos casos cuando todavía no puede leer solo. Además, leer deviene una experiencia de múltiples aristas y una práctica donde los niños y niñas comienzan a constituirse en sujetos con sus propios deseos, gustos e intereses, más allá de la mediación cultural de los adultos.

El recorrido por los resultados de la ENHL nos permite configurar un mapa de lectura entre los jóvenes y niños argentinos donde, si bien todavía hay sectores que aún no han ingresado en el universo de los lectores o, en algunos casos, han emigrado al territorio de los ex lectores, mayoritariamente predominan los jóvenes lectores, que leen desde sus propias experiencias socioculturales, trayectorias biográficas e itinerarios de lectura difíciles de homogeneizar y estandarizar.

Como hemos podido ver en el recorrido de este artículo, los lectores jóvenes llevan adelante prácticas de lectura fronteriza en el sentido de fragmentarias, salteadas, discontinuas, interrumpidas, no lineales, entrecortadas que avanzan sobre las modalidades de la lectura institucionalizada y legitimada socialmente para imponer nuevos modos de leer, nuevos vínculos con la cultura escrita donde se privilegia la lectura comunitaria y el vínculo con los otros, la diversidad de soportes, géneros y temáticas como así también la irreverencia y la subversión del estatuto de la lectura como experiencia sagrada y elitista. Es decir, para los jóvenes leer es una experiencia cultural más, que se yuxtapone o alterna con otras experiencias sociales y cotidianas.

De ahí que, entonces, el análisis de los resultados de la ENHL nos permite construir una postal de la lectura entre los jóvenes en la Argentina actual a partir de cómo los lectores reales inmersos en este contexto sociohistórico y cultural piensan y viven la lectura. Y, desde ahí, podemos imaginar acciones y propuestas posibles para que la lectura sea, en el futuro, una experiencia cultural cada día más democrática.

BIBLIOGRAFÍA

Arfuch, L. (2002), *El espacio biográfico*, Buenos Aires, FCE.

Barthes, R. (2005), *La preparación de la novela*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Chartier, R. (2010), *¿La muerte del libro?*, Santiago de Chile, Lom Ediciones.

__________ (2005), *El presente del pasado,* México, Universidad Iberoamericana.

__________ (1999), *El mundo como representación,* Barcelona, Gedisa.

Chartier, R. y Cavallo, G. (2001), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus.

Chartier, A-M. y Hébrard, J. (2002), *La lectura de un siglo a otro*, Barcelona, Gedisa.

Egan, K. (1999), *La imaginación en la enseñanza y el aprendizaje*, Buenos Aires, Amorrortu.

García Clanclini, N. (2004), *Diferentes, desiguales y desconectados*, Barcelona, Gedisa.

Grignon, C. y Passeron, J-C. (1991), *Lo culto y lo popular*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Kalman, J. (2001), *Escribir en la plaza*, México, FCE.

Lahire, B. (2004), *Sociología de la lectura*, Barcelona, Gedisa.

Lyons, M. (2012), *Historia de la lectura y de la escritura en el mundo occidental*, Buenos Aires, Editoras del Calderón.

Mosqueira, M. (2011), "Santa rebeldía: construcciones de género, sexualidad y juventud en comunidades evangélico-pentecostales" en Elizalde, S. (coord.). *Jóvenes en cuestión*, Buenos Aires, Biblos.

Petit, M. (2001), *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*, México, FCE.

Privat, J-M. (2001), "Socio-lógicas de las didácticas de la lectura" en *Lulú Coquette. Revista de didáctica de la lengua y la literatura*, Año 1, N° 1, septiembre de 2001, Buenos Aires, El Hacedor.

Proust, M. (2006), *Sobre la lectura*, Buenos Aires, Libros del Zorzal.

Sardi, V. (2010), *El desconcierto de la interpretación,* Santa Fe - Argentina, UNL.

Williams, R. (1980), *Marxismo y literatura*, Madrid, Península.

FICHA TÉCNICA | GLOSARIO

FICHA TÉCNICA

La Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura 2011 fue una iniciativa del Consejo Nacional de Lectura, formado por los Ministerios Nacionales de Educación, Desarrollo Social, Trabajo y Salud, la Secretaría de Cultura de la Nación, la CONABIP, la Biblioteca Nacional y Radio y Televisión Argentina (RTA). El diseño metodológico de la encuesta estuvo a cargo de Hugo Delfino, Alicia Massautis e Hilario Moreno, y el procesamiento fue realizado por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), dependiente de la Secretaría de Cultura de la Nación. Las principales características técnicas de la encuesta son:

- Se aplicó a población de 12 años y más residente en localidades de más de 30.000 habitantes de todo el país.
- El trabajo de campo fue realizado durante octubre y noviembre de 2011 por la Universidad Nacional de Tres de Febrero, mediante entrevistas domiciliarias y de aplicación personal.
- El cuestionario fue discutido y consensuado en el marco del Consejo Nacional de Lectura. El formato adoptado fue semiestructurado, con predominio de preguntas cerradas, y la extensión alcanzó las 138 preguntas aproximadamente (ver Anexo). La codificación de preguntas abiertas también fue realizada por la Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Se diseñó una muestra estratificada de acuerdo con las seis regiones del país (AMBA, NOA, NEA, CENTRO, CUYO y PATAGONIA). Al interior de cada estrato se realizó una selección polietápica, considerando selecciones aleatorias (con probabilidad proporcional al tamaño) de ciudades, radios censales, hogares y, finalmente, del miembro a entrevistar en cada hogar. El tamaño de la muestra fue de 3.568 casos efectivos, sobre un total de 3.600 casos planificados inicialmente.
- Considerando un nivel de confianza del 95,5%, el error estadístico máximo es de +/-1,63% a nivel nacional y del 4% para cada región. Para las aperturas de edad y nivel socioeconómico, y considerando el total de la muestra, los errores muestrales son los siguientes:

	GRUPOS DE EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO		
Categorías	18-25	26-40	41-60	61 y +	Bajo	Medio	Alto
Máximo error muestral	4.3	3.3	3.5	3.6	4.1	3.3	2.6

NOTA: A la hora de observar y comparar los resultados del año 2001 con los de 2011 es importante tener en cuenta que las poblaciones de ambas encuestas no coinciden exactamente, ya que la encuesta del 2001 se realizó a población de 18 años y más, mientras que la del 2011 incluyó también a la población de 12 a 17 años. En consecuencia, puede ocurrir que pequeñas variaciones entre períodos se deban exclusivamente a la población incluida en 2011.

GLOSARIO

Lectores actuales / lectura en general: personas que leen durante 15 minutos o más, diarios, libros, revistas, textos en pantalla u otro tipo de material.

Lectores de diarios: personas que leen, aunque sea de vez en cuando, diarios en papel o en Internet que se publiquen todos los días.

Lectores de revistas: personas que leen, aunque sea de vez en cuando, alguna revista en papel o en pantalla.

Lectores de libros: personas que leyeron al menos 1 libro durante el último año, en papel o en pantalla.

Lectores en pantalla/lectores digitales: personas que leen durante 10 minutos seguidos y aunque sea de vez en cuando, textos de cualquier tipo en la pantalla de la PC.

Nivel socioeconómico

Para medir el nivel socioeconómico se adoptó la metodología de medición del nivel socioeconómico en la Argentina, desarrollada durante el año 2002 por la Asociación Argentina de Marketing (AAM) y la Cámara de Control y Medición de Audiencia (CCMA). Este índice mide de manera indirecta la capacidad de gasto de los hogares argentinos, utilizando las siguientes variables y ponderaciones:

• *Tipo de ocupación del principal sostén del hogar*	*32%*
• *Cantidad de aportantes económicos al hogar*	*9%*
• *Educación del principal sostén del hogar*	*13%*
• *Cantidad de autos (hasta 15 años de antigüedad)*	*22%*
• *Posesión de Internet, computadora y tarjeta de débito*	*19%*
• *Atención médica*	*5%*

De allí surge una escala de 0 a 100 puntos a partir de la cual se definen siete categorías de nivel socioeconómico agrupadas ordinalmente y que se nombran con las siglas A, B, C1, C2, C3, D y E, ordenados de mayor a menor capacidad de consumo. A su vez, estas categorías suelen resumirse a tres, considerando las tres superiores como *nivel socioeconómico alto*, a C2 y C3 como *nivel socioeconómico medio* y, finalmente, a las últimas dos como *nivel socioeconómico bajo*. En este capítulo consideraremos la división en tres categorías.

Regiones

A los fines de la Encuesta Nacional de Lectura y teniendo en cuenta la organización en regiones que, al momento de realizar la encuesta, adoptaban las distintas áreas del Estado Nacional, se agruparon las provincias del siguiente modo:

GBA: Ciudad Autónoma de Buenos y 24 partidos del Gran Buenos Aires.
Centro: interior de la Prov. de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe.
Cuyo: La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis.
NEA: Corrientes, Chaco, Formosa y Misiones.
NOA: Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.
Patagonia: Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

LECTURA EN GENERAL

INDICADORES GENERALES

LECTURA EN GENERAL: LECTORES[1], EX-LECTORES Y NO LECTORES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

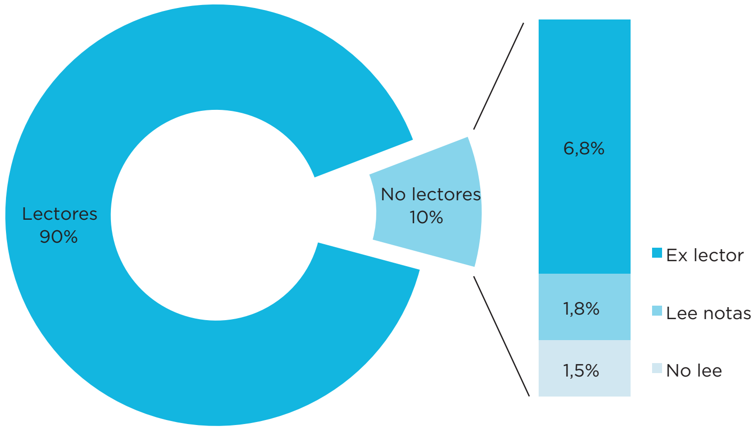
Muchos lectores. La cantidad de lectores es muy alta: el 90% de los argentinos mayores de 12 años leen en la actualidad.

Del 10% restante, casi un 7% leía hace 2 años.

Sólo un 3,3% no lee ni leyó materiales durante 15 minutos seguidos, aunque la mitad de ellos lee algunas notas o subtítulos.

En comparación, la cantidad de lectores creció un 4% en una década.

Los grupos de población que leen relativamente menos que el resto son los mayores de 60 años (82%) y aquellos de nivel socioeconómico bajo (83%).



1. **¿A quiénes se consideró "lectores"?** A quienes dijeron leer al menos 15 minutos seguidos y, aunque sea de vez en cuando, libros, diarios, revistas (en papel, en la computadora o en algún otro soporte).

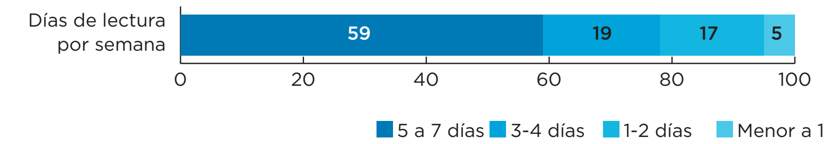
LECTURA EN GENERAL: LECTORES, EX-LECTORES Y NO LECTORES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lectores	86	90	90	90	92	90	94	92	82
Ex-lectores	14	7	7	7	5	8	4	5	12
Lee notas		2	1	2	1	1	1	1	4
No lee		1,5	2	1	1	1	1	1	3

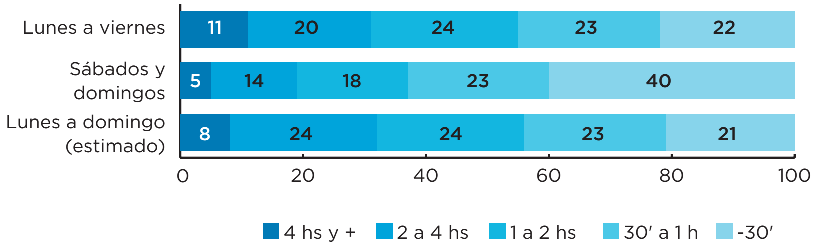
	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lectores	98	95	83	93	95	86	91	92	91
Ex-lectores	1	4	11	5	3	9	6	4	5
Lee notas	-	1	3	1	2	3	2	1	1
No lee	-	-	3	-	-	2	2	2	2

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

FRECUENCIA DE LECTURA EN GENERAL. CANTIDAD DE DÍAS Y DE HORAS
LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS



HORAS DE LECTURA DIARIAS



La lectura nuestra de cada día. La lectura es una acción cotidiana para la mayoría de los lectores: el 59% lee entre 5 y 7 días por semana, y sólo un 5% lee menos de 1 día al mes.

Poco más de la mitad, al menos una hora. El 56% de los lectores argentinos dedica 1 hora o más por día a la lectura (los días que lee). Existe un 8% de lectores muy intensos, que leen 4 horas o más por día.

INTENSIDAD DE LECTURA EN GENERAL
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

Equivalencias aproximadas en horas semanales:

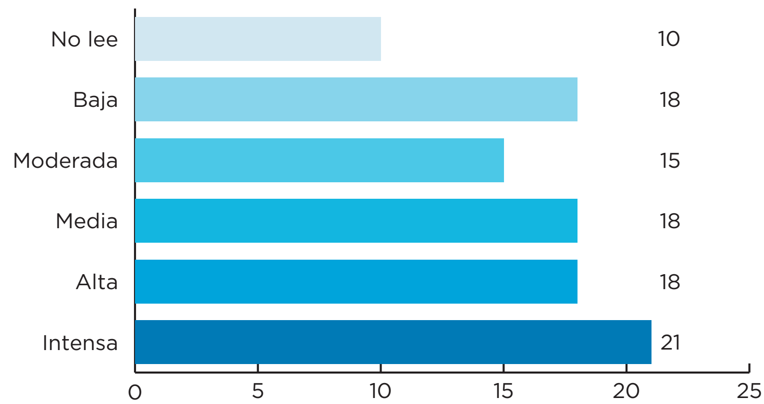
- Lectura baja: entre 15 minutos y 1 hora y media.
- Lectura moderada: entre 1 hora y media y 3 horas y media.
- Lectura media: entre 3 horas y media y 7 horas.
- Lectura alta: entre 7 y 13 horas semanales.
- Lectura intensa: más de 13 horas semanales.

	DÍAS DE LECTURA EN 1 SEMANA				
	- 1 día	1 a 2 días	3 a 4 días	5 a 7 días	Total
No lector	10 / No lee				10
Hasta 30'	5 baja	10 baja	3 baja	8 moderada	19
30' a 1 h.			4 moderada	3 moderada	21
1 a 2 hs.		3 moderada	5 media	13 alta	22
2 hs. y + 2		2 media	5 alta		28
Total	5	10	17	53	100

INTENSIDAD DE LECTURA EN GENERAL
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

Intensidades variadas. Si combinamos la cantidad de días de lectura con la cantidad de horas, podemos ver que los lectores se distribuyen en grupos bastante parejos. El 21% son lectores intensos (que leen 2 horas o más por día) y lo siguen, en orden decreciente según el tiempo de lectura, grupos de entre el 18% y el 15%.

Nuevamente, quienes menos intensamente leen son los mayores de 60 años y el grupo socioeconómico bajo.

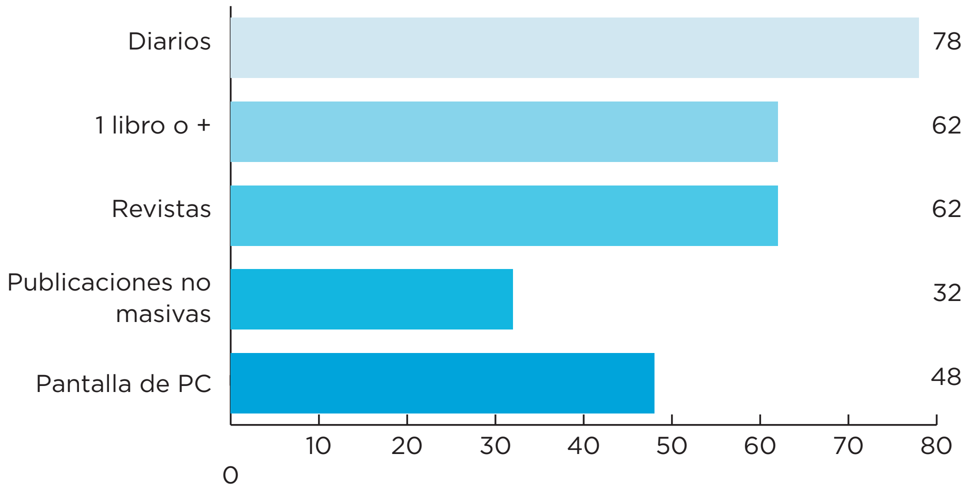


INTENSIDAD DE LECTURA EN GENERAL
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
No lee	14	10	10	10	7	9	6	8	18
Lectura baja	33	18	19	18	17	16	18	18	21
Lect. moderada		15	16	15	18	18	13	16	14
Lectura media	40	18	17	19	18	14	21	16	19
Lectura alta		18	18	18	19	20	20	20	13
Lectura intensa	13	21	21	21	22	23	22	22	17

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
No lee	1	4	16	7	5	13	9	7	7
Lectura baja	9	15	24	20	27	14	20	27	21
Lect. moderada	14	15	16	15	23	12	14	23	16
Lectura media	22	19	17	19	18	17	17	19	18
Lectura alta	24	23	13	20	14	19	16	12	19
Lectura intensa	30	24	15	19	15	25	25	12	18

FORMATOS DE LECTURA
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Se lee en distintos formatos. Todos los formatos de lectura tienen una cantidad considerable de lectores.

Casi todos los lectores actuales leen el diario. Cerca de dos tercios lee revistas y libros, y casi un tercio lee publicaciones no masivas (barriales, religiosas, etcétera).

Lectura en pantalla. Quizás sea el dato más importante: durante la última década, la mitad de los argentinos la practica. Es muy probable que este porcentaje siga creciendo.

Quizá, en unos años, el soporte de lectura cotidiana sea la pantalla. Que el 76 % de los jóvenes lea en pantalla, permite suponer que en el futuro este modo de lectura lo practiquen casi todos, casi todos los días.

Al igual que en los otros indicadores, los mayores y los más pobres son quienes menos leen en cualquiera de los diversos formatos.

La particularidad sureña. Respecto de las regiones, la Patagonia muestra tasas más altas de lectura de diarios y en pantalla, y tasas más bajas de lectura de libros. Esto podría deberse al impacto de las distancias y la infraestructura en la vida patagónica.

FORMATOS DE LECTURA. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Diarios	78	78	76	80	65	81	83	83	75
1 libro o más	55	62	66	58	80	63	66	65	45
Revistas	65	62	69	54	73	61	67	65	60
Publicaciones no masivas[1]	18	32	36	28	25	29	33	42	28
Pantalla de PC	21	48	47	49	76	74	63	42	9

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Diarios	88	81	73	79	83	75	77	85	88
1 libro o más	75	74	49	65	59	63	64	57	51
Revistas	65	65	60	65	71	57	64	67	71
Publicaciones no masivas[1]	36	35	29	36	37	29	29	33	32
Pantalla de PC	79	68	22	54	52	44	52	42	56

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

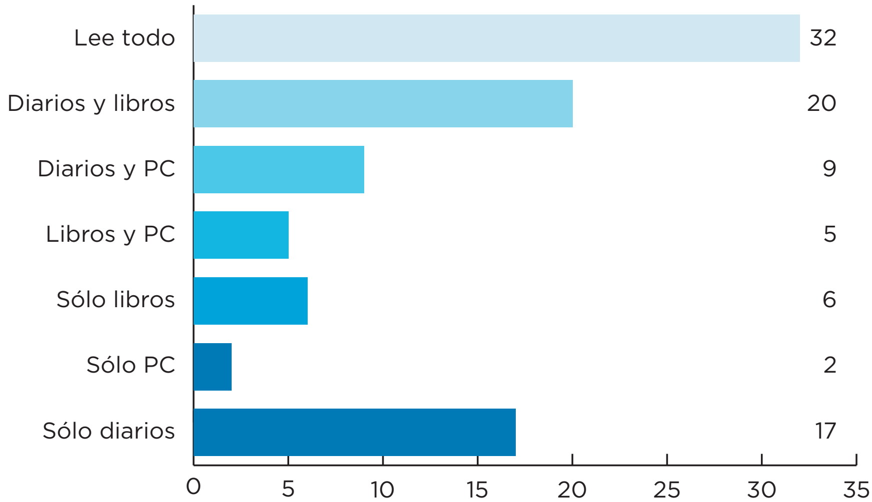
[1] Las "publicaciones no masivas" incluyen diarios barriales, revistas políticas, culturales, religiosas o de otro tipo, con exclusión de diarios y revistas de tirada masiva.

FORMATOS DE LECTURA COMBINADOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

% PARA TODA LA TABLA		LECTOR DIGITAL	LECTOR NO DIGITAL
1 libro o + por año	Lee diarios	32	20
	No lee diarios	5	6
No leyó libros	Lee diarios	9	17
	No lee diarios	2	9

% POR COLUMNA		LECTOR DIGITAL	LECTOR NO DIGITAL
1 libro o + por año	Lee diarios	87	78
	No lee diarios	13	22
No leyó libros	Lee diarios	79	65
	No lee diarios	21	35

FORMATOS DE LECTURA COMBINADOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

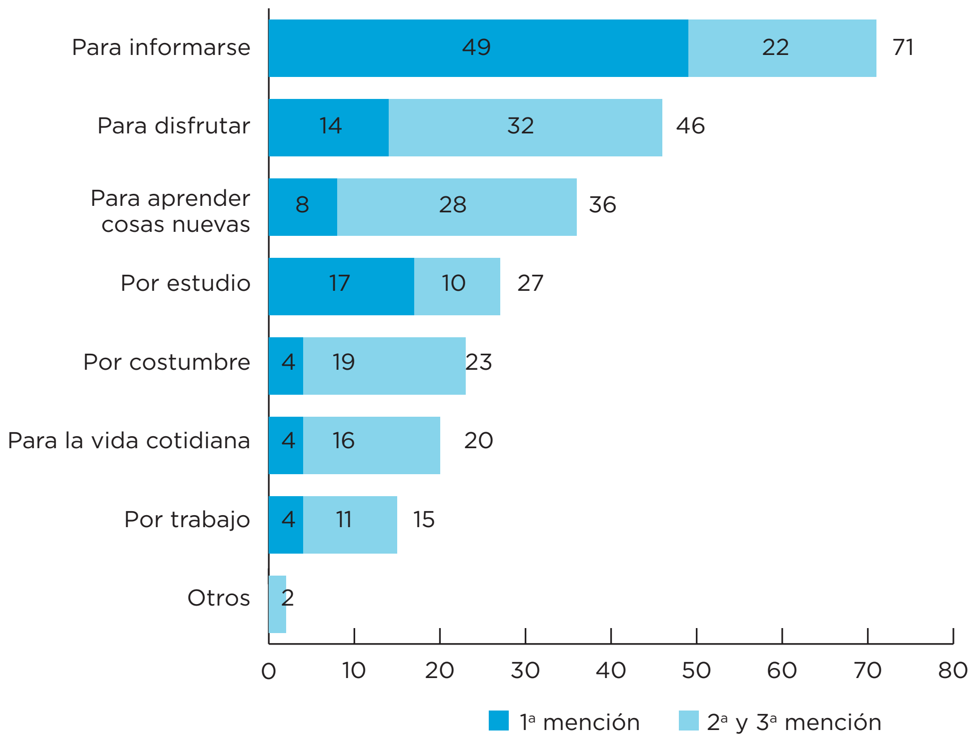


La mayoría combina formatos. La gran mayoría de lectores combina 2 o más formatos de lectura. Sólo el diario tiene una cantidad considerable de lectores "exclusivos" (17%).

Los lectores digitales leen más libros y diarios que los lectores no digitales. Si se comparan los lectores de diarios o de libros (tabla de % para cada columna), siempre se observan valores más altos entre los digitales que entre los no digitales.

La lectura en pantalla parece combinarse con las lecturas tradicionales. En efecto, si las tasas de lectura de libros y diarios son mayores entre los lectores digitales, ambas prácticas parecen complementarse antes que reemplazarse.

MOTIVOS DE LECTURA EN GENERAL
LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS



La mayoría lee para informarse. Tomando en cuenta la lectura en general, el principal motivo de lectura parece ser "estar informado". Esta mención crece entre los varones, con la edad y en la región patagónica.

Se lee por placer. Casi la mitad de los argentinos manifiesta leer por placer. Este motivo es un poco más marcado entre las mujeres, lo mismo que la lectura "para aprender cosas nuevas".

Se lee para estudiar. La lectura por estudio presenta un claro patrón vinculado con las edades de los estudiantes: llega al 81% entre los de 12 a 17 años y cae hasta un 4% entre los mayores de 60. Cae bastante en el nivel socioeconómico más bajo. Se observa un crecimiento significativo de 7% en los últimos 10 años.

La lectura por trabajo es muy poco mencionada. Crece entre los varones, en las edades intermedias y de acuerdo con el nivel socioeconómico.

MOTIVOS DE LECTURA EN GENERAL (MENCIONES TOTALES, EXCEPTO EN "EVOLUCIÓN"). COMPARATIVOS

LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

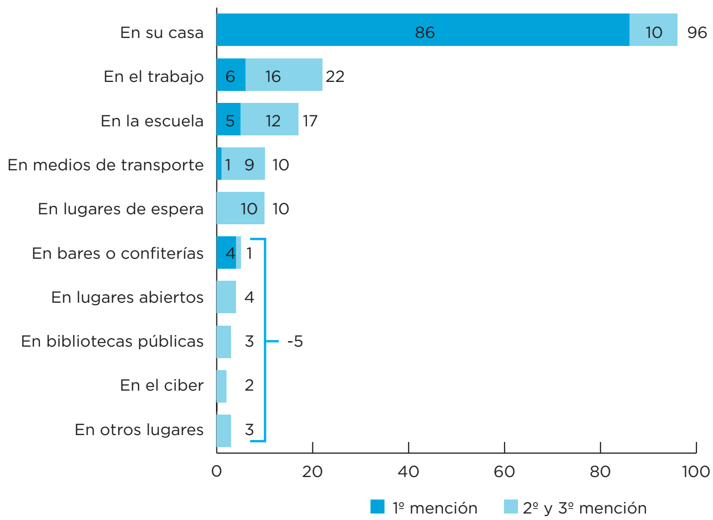
	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	**2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Para informarse	49	49	68	75	44	68	72	77	82
Para disfrutar	18	14	49	43	45	39	46	45	53
Para aprender cosas nuevas	12	8	40	32	36	34	37	37	36
Por estudio	10	17	26	27	81	42	26	11	4
Por costumbre	4	4	22	23	14	19	19	27	29
Para la vida cotidiana	-	4	21	19	13	18	21	21	23
Por el trabajo	4	4	12	18	4	14	23	20	7

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Para informarse	73	70	71	75	78	66	68	73	85
Para disfrutar	47	44	49	43	54	50	37	40	47
Para aprender cosas nuevas	40	38	35	39	36	34	38	40	36
Por estudio	34	34	19	24	28	27	36	30	27
Por costumbre	19	21	26	24	28	23	14	18	25
Para la vida cotidiana	17	19	22	16	15	24	17	18	23
Por el trabajo	29	17	7	18	14	12	19	13	19

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

(**) Para lograr comparabilidad con el 2001, se computa sólo el primer motivo mencionado. En las aperturas se computan hasta 3 motivos mencionados.

LUGARES DE LECTURA EN GENERAL
LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS



Se lee en la casa. Casi todo el mundo lee en su casa. Esta mención es pareja en todos los grupos poblacionales y se mantiene estable en el tiempo.

La lectura en el trabajo presenta el mismo patrón que la “lectura por trabajo” como motivo: crece entre los varones, en las edades centrales y en función del nivel socioeconómico.

La lectura en la escuela es mencionada por los más jóvenes, especialmente los que cursan la escuela media (12 a 17 años). Baja un poco en el nivel socioeconómico menor. Y crece en la última década.

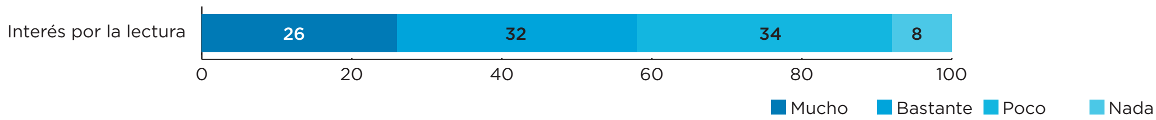
LUGARES DE LECTURA EN GENERAL. COMPARATIVOS
LECTORES EN GENERAL, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	**2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Su casa	86	86	96	95	96	96	95	94	97
El trabajo	7	6	17	27	1	19	40	30	8
La escuela/centros educat.[1]	1	5	17	18	79	28	8	2	1
Medios de transporte	3	1	13	7	7	10	14	13	5
Lugares de espera	1	-	10	9	3	6	9	14	12
Bares y confiterías	1	1	3	7	-	3	5	7	6
Bibliotecas públicas	1	-	2	2	7	5	2	2	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Su casa	97	97	95	98	98	94	95	95	94
El trabajo	41	24	13	22	21	22	22	18	27
La escuela/centros educat.[1]	19	21	14	16	20	15	24	23	20
Medios de transporte	12	12	8	7	5	14	10	4	12
Lugares de espera	12	10	9	12	8	8	11	3	25
Bares y confiterías	9	6	3	4	2	6	1	3	10
Bibliotecas públicas	4	3	2	3	2	2	5	1	5

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.
(**) Para lograr comparabilidad con el 2001, se computa sólo el primer motivo mencionado. En las aperturas se computan hasta 3 motivos mencionados.
[1] En el 2001 en lugar de escuelas, se registró como opción de respuesta a “centros educativos”.

INTERÉS POR LA LECTURA EN GENERAL
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Mucho	-	26	28	24	18	20	27	31	28
Bastante	-	32	34	30	28	29	32	37	30
Poco	-	34	31	37	46	40	36	26	29
Nada	-	8	7	10	8	12	5	5	14

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Mucho	37	28	20	28	29	25	24	30	19
Bastante	36	35	28	31	29	32	38	27	34
Poco	24	32	39	36	40	31	32	34	40
Nada	3	4	13	6	3	11	5	9	7

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

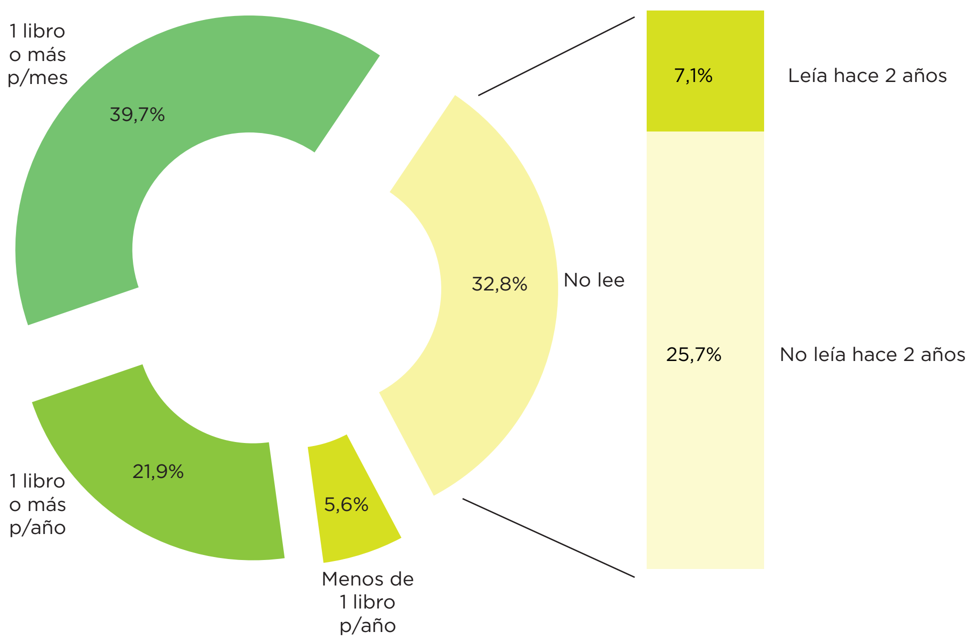
La lectura es una práctica valorada socialmente. Casi un 60% de los argentinos expresa “mucho o bastante” interés por la lectura y sólo un 8% dice no estar nada interesado.

¿Quiénes se interesan más? Las mujeres algo más que los varones, y los sectores sociales más altos un poco más que los medios y bajos.

LIBROS

INDICADORES GENERALES

LECTURA DE LIBROS: TIPOS DE LECTORES Y EX LECTORES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Se lee mucho, poquito y nada. Los lectores de libros pueden dividirse en 3 grandes grupos: un 40 % de lectores frecuentes de libros (que leen mensualmente), casi un 28 % que lee esporádicamente (algunos libros al año o menos) y casi un tercio que, en la actualidad, no lee libros.

Una década ganada para la lectura de libros. Entre el 2001 y el 2011 la lectura de “al menos 1 libro por mes” creció un 7%, del 33% al 40%. La población que “nunca leyó” disminuyó un 2% (de 28% a 26%).

Los que leen seguido. Respecto de quienes leen con mayor frecuencia, un dato llamativo es que este grupo predomina entre los jóvenes de 12 a 17 años (56%) y entre las mujeres (44%); otro dato, lamentablemente menos llamativo, es que también se verifica en los sectores sociales más altos (54% y 48%, contra 29%). Desde el punto de vista regional, en la Patagonia, la frecuencia mensual de lectura es relativamente menor (35 %) que en el resto del país.

Los que actualmente no leen. Casi el 33% no lee libros, ya sea porque dejó de leer (7%) o porque nunca leyó (26%). Consistentemente con el resto de los datos, este grupo crece entre los hombres, los mayores de 60 años, los más pobres y los habitantes de la Patagonia.

LECTURA DE LIBROS: TIPOS DE LECTORES Y EX LECTORES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
1 libro o más al mes	33	40	44	35	56	39	44	40	27
1 libro o más al año	22[1]	22	22	22	22	25	22	24	18
Menos de 1 al año	17[1]	6	6	5	4		4	7	8
Leía hace 2 años		7	7	8	7	15	6	6	5
No leía hace 2 años / nunca leyó (2001)	28[1]	26	22	30	10	19	23	23	42

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
1 libro o más al mes	54	48	29	40	44	40	39	39	35
1 libro o más al año	22	24	21	24	15	23	24	18	15
Menos de 1 al año	3	6	7	5	4	5	6	8	8
Leía hace 2 años	6	7	7	7	6	8	7	6	10
No leía hace 2 años	15	15	37	25	31	24	25	29	32

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

(1) Los valores “17” y “22” % se estimaron por diferencia entre: el 33 % que manifestó haber leído en el último mes, el 55 % que leyó 1 libro o más en el último año y el 28 % que manifestó “nunca” haber leído un libro.

INTERÉS POR LA LECTURA DE LIBROS. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Como la lectura en general, la lectura de libros también es muy valorada. Los porcentajes que valoran mucho o bastante (57%) la lectura de libros son casi iguales a los que, como veíamos antes, valoran la lectura en general (58%). Los que no tienen ningún interés en leer libros son un poco más (17%) que en el caso de la lectura en general (8%).

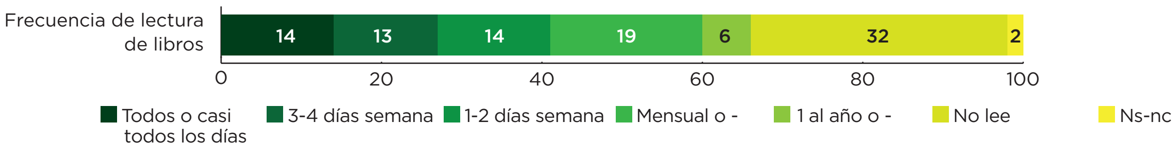
La lectura de libros interesa más a... las mujeres, los niveles socioeconómicamente medios y altos. E interesa un poco menos a los mayores de 60 años y a los habitantes de la Patagonia.

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Mucho	28	27	30	24	20	21	30	31	26
Bastante	22	30	32	27	31	32	29	32	27
Poco	22	27	25	29	38	28	27	23	22
Nada	28	17	14	20	11	19	14	14	26

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Mucho	32	31	20	29	29	25	27	31	18
Bastante	37	33	26	28	26	33	31	26	29
Poco	22	25	30	27	29	25	28	26	37
Nada	9	11	24	17	15	17	15	18	17

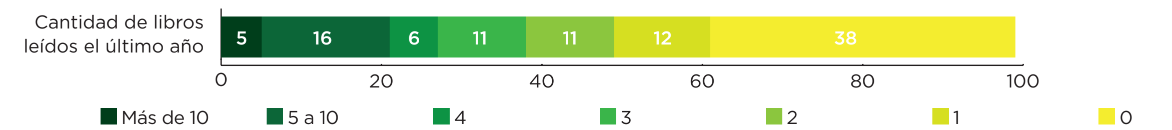
(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

FRECUENCIA E INTENSIDAD DE LECTURA DE LIBROS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Quienes leen libros, lo hacen con bastante frecuencia. El 41 % lee libros con una frecuencia semanal o superior y el 25 % mensual o menor.

El patrón de frecuencia de lectura de libros es similar al de otros indicadores de lectura. Las mujeres leen con mayor frecuencia, lo mismo que los jóvenes y los niveles sociales medios y altos. Leen con menos frecuencia los hombres, los mayores de 60 años y los habitantes de la Patagonia.



(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más.

Pocos leen muchos libros. Sólo un 5 % lee más de 10 libros al año y la mayoría lee menos de 10. De modo que habría dos grandes grupos: uno compuesto por un 22% que lee 4 o más libros, y otro conformado por un 34 % que lee entre 1 y 3 libros al año.

El patrón de cantidad de libros que se lee varía levemente respecto de otros indicadores. La cantidad de libros es pareja por sexo, es proporcionalmente inversa a la edad y directa respecto del nivel socioeconómico. En cuanto a las regiones, en la zona Centro y el Gran Buenos Aires se leen más libros y en la Patagonia menos.

FRECUENCIA DE LECTURA DE LIBROS. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
5-7 días / todos o casi todos los días	21	14	17	10	19	12	16	12	11
3-4 días / algunos días por semana	18	13	13	12	17	14	13	11	10
1-2 días semana		14	15	13	25	15	13	15	9
Mensual o menos / de vez en cuando	33	19	17	20	17	19	21	21	14
1 al año o menos		6	7	5	3	7	6	8	7
No lee / nunca leyó	28	32	28	37	17	34	30	29	47
Ns-Nc	-	2	2	2	2	0	2	5	2

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
5-7 días por semana	16	16	11	17	15	11	16	15	10
3-4 días por semana	16	17	8	13	10	13	14	10	12
1-2 días por semana	18	16	12	15	17	13	21	16	9
Mensual o menos	22	19	17	17	18	21	14	18	17
1 al año o menos	5	7	7	6	4	8	3	5	7
No lee	22	22	44	31	37	31	31	35	42
Ns-Nc	2	4	1	2	0	4	0	1	3

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, las categorías de respuesta utilizadas fueron nominales (*todos o casi todos los días, algunos días por semana, de vez en cuando y nunca lee*) y no informan los NS/NC. Todo ello limita la comparabilidad de los datos con respecto al año 2011.

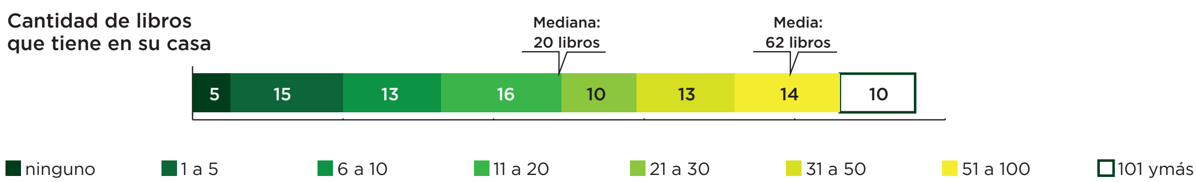
CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS EN EL ÚLTIMO AÑO. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Más de 10 libros	8	5	5	5	8	4	5	6	3
5 a 10 libros	12	16	17	16	21	21	17	15	13
3 o 4 libros	35	18	19	16	24	17	21	19	10
1 o 2 libros		23	25	21	27	21	23	26	19
Ninguno /no lee	45	38	34	43	20	37	34	35	55

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Más de 10 libros	7	6	4	7	5	5	4	3	4
5 a 10 libros	26	18	12	19	14	16	16	14	12
3 o 4 libros	21	22	13	16	15	20	18	16	13
1 o 2 libros	22	27	21	24	26	22	26	24	22
Ninguno /no lee	25	26	51	36	41	37	36	43	49

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más.

CANTIDAD Y TIPOS DE LIBROS EN LOS HOGARES
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



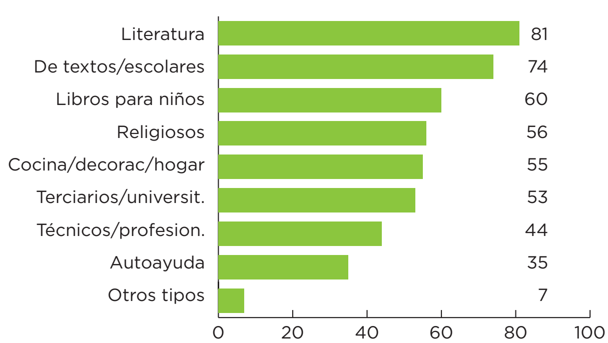
Pocos leen muchos libros. Sólo un 5% lee más de 10 libros al año y la mayoría lee menos de 10. De los que leen menos de 10 libros al año, el 22% lee 4 o más libros y el 34% lee entre 1 y 3 libros al año.

Una distribución dispar de los libros. Sólo un 5% no tiene libros en su casa. En la mitad de los hogares argentinos hay 20 libros o menos. El 25% que más libros tiene supera los 50 libros y sólo un 10% tiene más de 100. El promedio de libros en los hogares alcanza los 62.

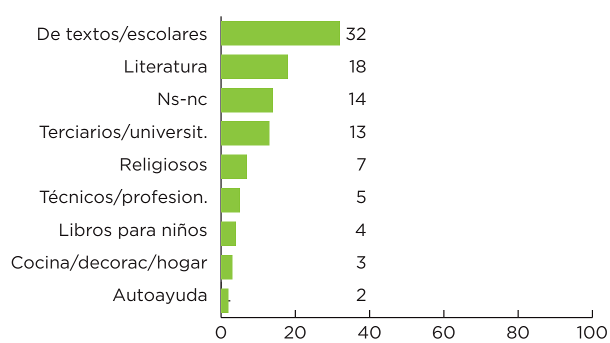
El patrón de cantidad de libros que se leen varía levemente respecto a otros indicadores. La cantidad de libros es pareja por sexo, es proporcionalmente inversa a la edad y directa respecto del nivel socioeconómico. En cuanto a las regiones, en la zona Centro y Gran Buenos Aires se leen más libros y en la Patagonia menos.

En la mayoría de las bibliotecas hogareñas predomina la literatura y los textos escolares. En casi todos los hogares argentinos hay libros escolares y ejemplares de literatura. En más de la mitad de las casas también tienen hay literatura infantil, libros de religión, de cocina, de decoración, universitarios y técnicos.

¿Qué tipo de libros hay en su casa?



¿De qué tipo de libros tiene más?



CANTIDAD DE LIBROS EN LOS HOGARES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Promedio	-	62	59	66	48	38	60	78	71
Más de 100	-	10	9	11	6	4	9	15	11
51 a 100	-	14	15	12	18	11	12	14	13
31 a 50	-	13	13	14	13	14	11	17	11
21 a 30	-	10	11	10	14	7	11	13	6
11 a 20	-	16	16	15	17	21	19	12	13
6 a 10	-	13	14	13	16	14	17	10	10
1 a 5	-	15	16	15	13	16	14	12	21
Ninguno	-	5	4	7	0	5	4	5	10

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Promedio	125	65	35	67	51	69	45	43	49
Más de 100	24	10	4	11	8	12	5	5	9
51 a 100	23	16	7	13	11	16	7	10	11
31 a 50	16	18	9	14	12	14	9	12	13
21 a 30	12	12	7	10	7	10	10	12	11
11 a 20	9	18	18	17	18	15	19	17	15
6 a 10	8	14	16	13	19	12	18	15	17
1 a 5	4	9	25	15	20	13	24	17	17
Ninguno	1	1	9	6	6	4	5	9	4

TIPOS DE LIBROS QUE HAY EN LOS HOGARES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Literatura	-	81	83	78	83	80	79	81	81
De texto/escolares	-	74	77	71	98	85	75	74	50
Libros para niños	-	60	63	56	78	55	72	57	36
Religiosos	-	56	57	55	58	53	49	59	63
Cocina/decorac./hogar	-	55	61	49	57	50	51	57	59
Terciario/universitarios	-	53	52	54	41	69	57	58	39
Técnicos/profesionales	-	44	41	47	30	41	51	53	36
Autoayuda	-	35	39	31	32	30	33	41	37
De otro tipo	-	7	6	8	6	3	8	8	8

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Literatura	90	81	74	81	73	87	68	64	76
De texto/escolares	76	80	67	75	73	71	86	83	79
Libros para niños	65	62	56	55	48	63	65	65	60
Religiosos	55	53	58	56	67	49	71	75	56
Cocina/decorac./hogar	61	53	52	57	48	53	61	59	62
Terciario/universitarios	78	58	32	60	52	48	64	49	54
Técnicos/profesionales	70	46	26	43	33	47	42	39	41
Autoayuda	46	34	30	34	28	39	29	23	42
De otro tipo	7	8	6	4	4	9	7	10	6

TIPOS DE LIBROS QUE MÁS HAY EN LOS HOGARES (PRIMERA MENCIÓN). COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
De texto/escolares	-	32	34	30	68	37	28	26	17
Literatura	-	18	17	19	12	16	15	16	28
Terciario/universitarios	-	13	12	15	2	21	20	13	9
Religiosos	-	7	8	6	3	3	6	10	12
Técnicos/profesionales	-	5	3	7	-	5	7	8	3
Libros para niños	-	4	5	4	2	5	8	3	1
Cocina/decorac./hogar	-	3	4	2	2	2	2	4	4
Autoayuda	-	2	3	2	1	1	2	5	2
Ns-nc	-	14	13	15	10	10	12	15	22

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
De texto/escolares	26	33	35	31	39	28	52	40	39
Literatura	14	19	18	20	11	21	7	7	9
Terciario/universitarios	22	15	6	14	19	12	18	14	12
Religiosos	4	5	11	7	9	7	8	5	11
Técnicos/profesionales	7	6	3	6	3	4	4	6	6
Libros para niños	4	5	4	4	4	5	3	4	3
Cocina/decorac./hogar	3	2	4	2	5	3	4	2	5
Autoayuda	5	2	2	1	2	4	-	1	4
Ns-nc	15	13	14	14	7	16	3	19	13

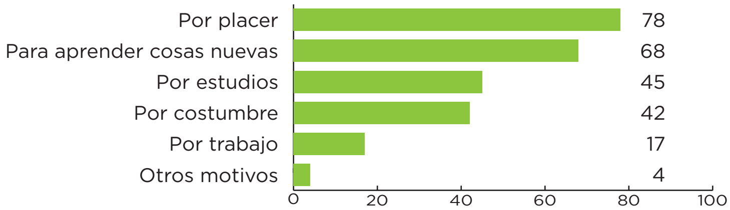
LIBROS

LECTORES ACTUALES, EX LECTORES
Y NO LECTORES DE LIBROS

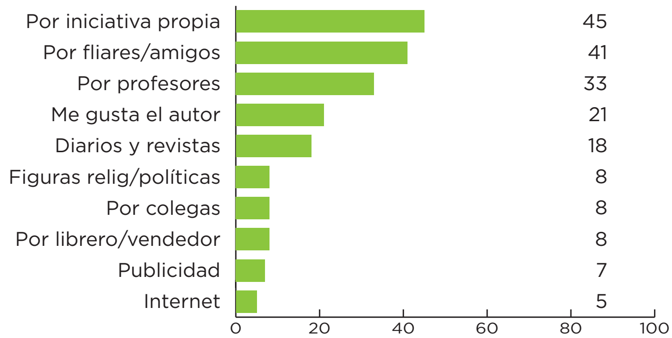
LECTORES ACTUALES: MOTIVOS DE LECTURA Y FORMAS DE ELEGIR Y CONSEGUIR LIBROS (MENCIONES TOTALES)

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

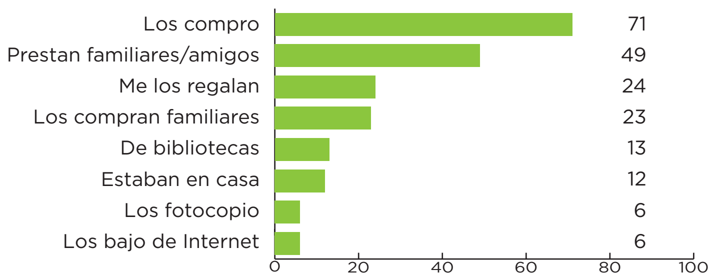
Motivos de lectura de libros[1]



Cómo elige o elegía los libros[2]



Cómo consigue o conseguía los libros[2]



Se lee más por placer que por necesidad. Los principales motivos de lectura de libros son *la lectura por placer* y *la lectura para aprender cosas nuevas* (78% y 68% respectivamente). En cambio, la *lectura por trabajo* y *la lectura por estudios* aparecen más vinculadas con la necesidad y son mucho menos mencionadas (45% y 17% respectivamente).

Se elige por iniciativa propia y por recomendaciones de familiares, amigos y profesores. En contraste, la influencia de distintas "acciones de venta" es menos mencionada, por lo que podría tener menos influencia o reconocimiento.

¿Cómo se consiguen los libros? Principalmente, se compran. En segundo lugar, los prestan los amigos (49%) y, en tercer lugar, son regalos (24%) o los compran otros familiares en el hogar (23%).

(1) Cada mención corresponde a una pregunta particular sobre cada motivo.
(2) Los porcentajes corresponden al total acumulado de hasta 3 menciones por entrevistado.

MOTIVOS DE LECTURA. COMPARATIVOS
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Por placer	69	78	79	76	56	73	78	87	89
Para aprender cosas nuevas	-	68	67	70	61	68	70	74	67
Por estudio	18	45	42	48	90	67	46	25	14
Por costumbre	-	42	40	43	36	34	37	49	49
Por trabajo	12	17	12	22	2	9	25	26	11
Otros	1	4	5	3	1	3	5	6	5

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Por placer	83	76	78	76	73	82	83	71	69
Para aprender cosas nuevas	76	70	63	70	57	69	82	69	56
Por estudio	51	53	33	45	48	40	60	53	48
Por costumbre	44	37	46	42	35	45	47	29	30
Por trabajo	33	17	7	19	13	16	20	14	19
Otros	3	3	6	3	2	5	3	8	4

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más. En esa oportunidad se realizó una sola pregunta de respuesta simple; en cambio, en 2011 se hizo una pregunta particular por cada motivo de lectura. En consecuencia, los datos no son comparables.

FORMAS DE ELECCIÓN DE LIBROS, HASTA TRES MENCIONES. COMPARATIVOS
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Por iniciativa propia	-	45	46	44	26	37	48	53	53
Por recomend. de amigos/fliares	-	41	45	37	35	44	36	48	44
Por recomend. de profesores	-	33	31	34	81	56	29	12	6
Porque me gusta el autor	-	21	21	20	9	16	25	23	25
Por diarios y revistas	-	18	17	19	11	12	19	20	23
Por figuras políticas/religiosas	-	8	10	6	2	4	9	11	11
Por recomendación de colegas	-	8	7	9	2	7	9	11	7
Por recom. de librero/vendedor	-	8	8	7	6	9	8	9	7
Por publicidades	-	7	6	8	5	8	8	7	7
Por consultas en Internet	-	5	5	6	5	6	8	4	2

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Por iniciativa propia	47	48	44	40	40	50	46	39	40
Por recomend. de amigos/fliares	50	40	38	38	39	45	35	31	55
Por recomend. de profesores	32	39	27	27	45	30	46	43	37
Porque me gusta el autor	33	20	15	25	17	18	22	17	23
Por diarios y revistas	19	14	17	15	15	22	11	9	21
Por figuras políticas/religiosas	4	7	11	6	11	9	7	7	8
Por recomendación de colegas	15	7	4	11	10	6	6	6	13
Por recom. de librero/vendedor	8	8	7	9	11	5	9	7	16
Por publicidades	10	7	5	7	7	7	7	5	12
Por consultas en Internet	8	8	2	8	7	3	6	4	7

(*) La metodología para este indicador utilizada en 2001 y la empleada en 2011 difieren sustantivamente, lo que hace imposible la comparación.

FORMAS DE CONSEGUIR LOS LIBROS, HASTA TRES MENCIONES. COMPARATIVOS

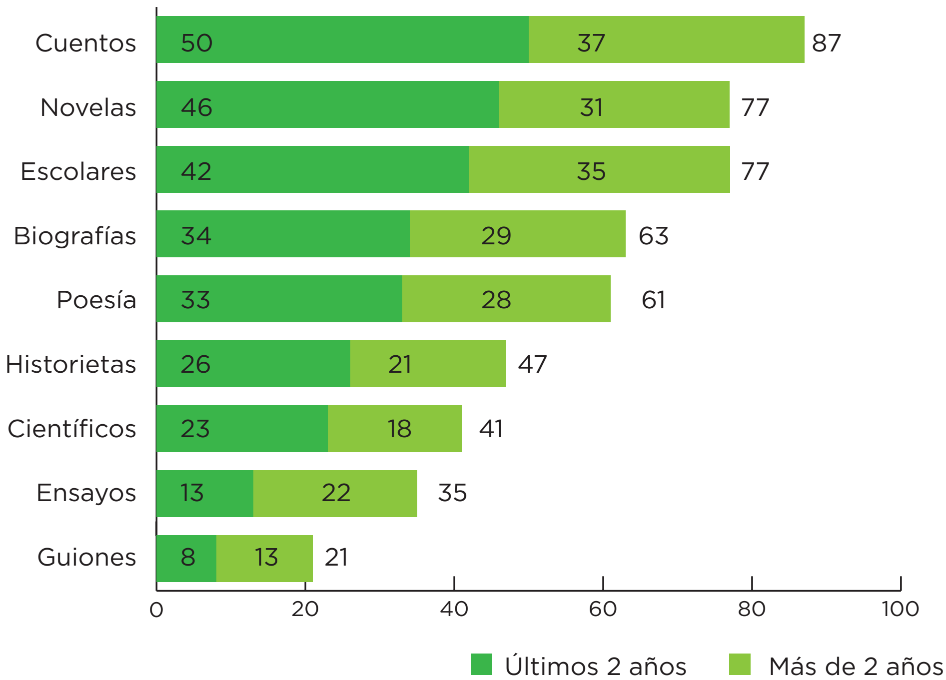
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Los compra el entrevistado	62	71	70	73	42	66	81	80	76
Se lo prestan fliares. y amigos	50	49	54	43	43	53	50	50	51
Se los regalan	19	24	26	21	21	16	25	23	30
Los compra otro de la familia	17	23	22	25	49	23	15	18	19
Los pide en una biblioteca	19	13	14	12	27	22	11	8	5
Estaban en su casa antes	18	12	12	13	15	12	9	14	12
Los fotocopia	-	7	7	7	16	13	7	3	1
Los baja de Internet	-	6	4	8	5	14	8	5	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Los compra el entrevistado	79	72	66	67	67	77	63	59	77
Se lo prestan fliares. y amigos	50	48	50	49	49	49	51	43	60
Se los regalan	22	22	26	22	18	26	14	21	37
Los compra otro de la familia	30	23	20	22	25	23	26	22	35
Los pide en una biblioteca	14	15	11	18	17	9	20	13	15
Estaban en su casa antes	11	15	10	11	15	11	14	17	12
Los fotocopia	6	10	5	6	12	6	11	9	6
Los baja de Internet	9	8	2	7	5	4	8	6	9

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más. En esa oportunidad se consignaron hasta 2 menciones, mientras en que en el 2011 se consignaron hasta 3 menciones por entrevistado.

GÉNEROS LITERARIOS [1]
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS



(1) La nómina de géneros literarios utilizada responde a las categorías surgidas del Informe de la Encuesta de Lectura del año 2001. Si bien esta grilla podría contemplar otros sistemas de categorías, se optó por el presente para garantizar la comparabilidad.

GÉNEROS LITERARIOS LEÍDOS (ÚLTIMOS 2 AÑOS). COMPARATIVOS
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Cuentos	37	50	53	45	74	46	49	48	34
Novelas		46	51	39	57	45	41	41	50
Escolares / de texto	45	42	44	38	90	51	41	26	14
Biografías	22	34	33	35	57	41	33	29	19
Poesía	21	33	32	23	47	27	24	21	25
Historietas, cómics	13	26	25	28	48	32	28	18	12
Científicos, técnicos	31	23	18	29	23	28	27	24	11
Ensayos	8	13	13	14	17	12	17	12	6
Guiones	7	8	8	7	18	8	7	4	4

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Cuentos	51	54	46	46	44	52	42	55	58
Novelas	51	48	41	46	36	50	35	42	50
Escolares / de texto	41	46	38	39	49	39	50	50	40
Biografías	38	37	30	35	30	35	38	30	28
Poesía	23	28	30	29	24	27	29	33	23
Historietas, cómics	22	27	28	26	23	25	34	32	25
Científicos, técnicos	33	27	13	22	24	23	24	22	20
Ensayos	16	16	8	12	10	16	12	7	9
Guiones	7	10	6	10	6	7	10	5	7

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más. En esa ocasión se utilizaron las categorías *lee frecuentemente* o *lee esporádicamente*, en lugar de *leyó en los últimos 2 años* o *leyó hace más de 2 años.*

GÉNEROS LITERARIOS LEÍDOS (MENCIONES TOTALES). COMPARATIVOS
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Cuentos	73	87	89	84	91	88	89	86	79
Novelas		77	83	69	66	78	78	79	79
Escolares / de texto	66	77	79	75	94	87	77	73	60
Biografías	54	63	64	63	68	71	65	61	54
Poesía	54	61	67	52	68	61	60	55	61
Historietas, cómics	32	47	43	53	67	55	48	39	36
Científicos, técnicos	49	41	35	48	30	50	48	43	29
Ensayos	22	35	35	35	26	35	39	39	31
Guiones	17	20	21	18	27	21	22	17	14

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Cuentos	91	89	82	84	82	90	80	87	88
Novelas	81	77	72	73	71	82	66	67	80
Escolares / de texto	84	80	70	79	82	74	83	83	75
Biografías	71	70	53	65	69	65	60	50	55
Poesía	59	63	58	59	54	62	64	62	65
Historietas, cómics	48	47	47	49	47	45	56	48	50
Científicos, técnicos	57	47	25	39	39	43	40	30	42
Ensayos	46	41	21	32	28	41	28	19	31
Guiones	23	24	14	19	17	23	20	8	22

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más. En esa ocasión se utilizaron las categorías *lee frecuentemente* o *lee esporádicamente*, en lugar de *leyó en los últimos 2 años o leyó hace más de 2 años.*

TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS [1]

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

Historia y literatura* son las temáticas más leídas**, con el 88% y el 78% respectivamente. Más en general, ***política y ciencias sociales son consideradas en sentido amplio (incluyendo temas de *historia* y de *política*) y atraen cantidades enormes de lectores. Lo mismo ocurre con la *literatura*, que incluye géneros medidos por separado, como *ciencia ficción, policial* y *misterio* o *terror*.

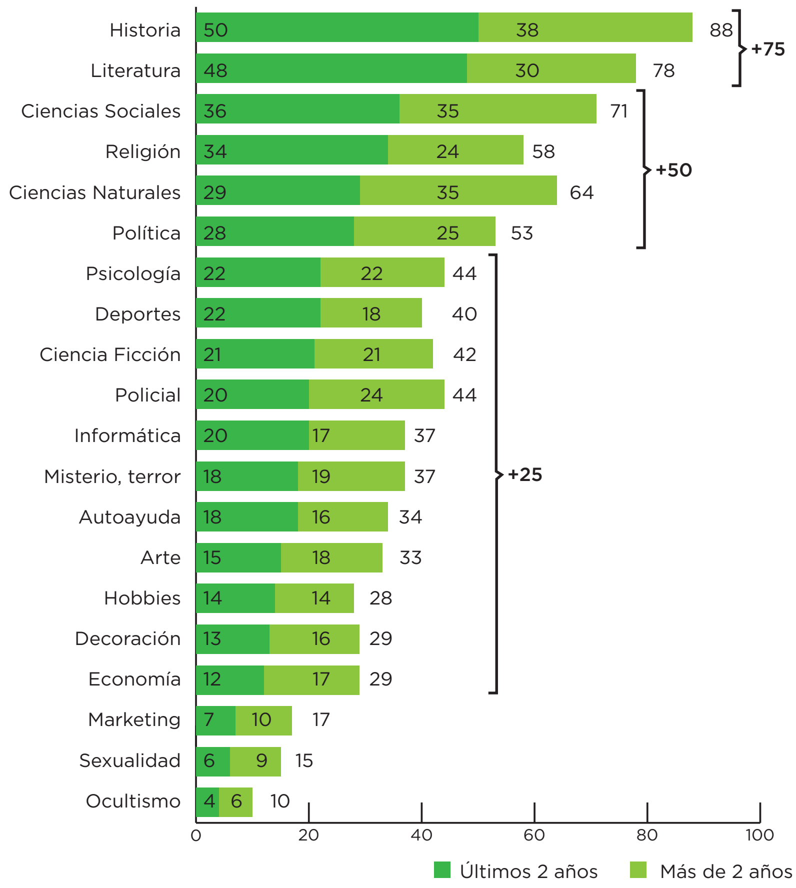
La religión se ubica entre las más leídas, con un 34% de lectores que ha leído estos temas en los últimos 2 años y un 24% que lo ha hecho antes. Guarismos similares obtiene la lectura de temas de ***ciencias naturales***.

Psicología, deportes, informática, autoayuda* y *artes, se ubican por a un nivel intermedio en la grilla de temáticas con entre 33% y 44% de menciones.

Hobbies, decoración, economía, marketing, sexualidad* y *ocultismo cierran el grupo, siendo leídas por menos de un tercio de los lectores de libros.

Aquí también la antigüedad es pareja en todos los géneros y son algunos más los lectores recientes (de los últimos 2 años) que los que leyeron el género hace más de 2 años.

Temáticas literarias



(1) La nómina de temáticas utilizada responde a las categorías surgidas del informe de la Encuesta de Lectura del año 2001. Si bien esta grilla podría contemplar otros sistemas de categorías, se optó por el presente para garantizar la comparabilidad.

TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS (ÚLTIMOS 2 AÑOS). COMPARATIVOS
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	SEXO		EDAD				
	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Historia	45	57	81	55	46	42	38
Literatura	50	47	71	52	44	41	41
Ciencias Sociales	35	38	63	40	37	28	22
Religión	38	28	35	25	26	39	39
Ciencias Naturales	27	31	71	28	25	15	15
Política	23	35	28	27	29	31	26
Psicología	24	19	20	27	25	24	12
Deportes	13	32	40	26	20	16	11
Ciencia Ficción	20	21	36	26	21	18	8
Policial	19	22	26	18	17	20	21
Informática	17	24	38	28	24	10	6
Misterio, terror	17	19	38	25	15	13	8
Autoayuda	22	13	8	13	20	26	17
Arte	22	15	14	15	10	22	16
Hobbies	14	16	19	16	16	14	7
Decoración	19	6	10	12	13	16	13
Economía	10	13	13	16	10	12	9
Marketing	6	8	6	13	9	6	3
Sexualidad	5	5	5	10	7	6	0,2
Ocultismo	4	3	3	6	3	4	4

TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS (MENCIONES TOTALES). COMPARATIVOS
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Historia	73	88	85	91	92	91	89	85	84
Literatura	50	79	80	77	82	82	79	78	72
Cs. Sociales	58	71	71	72	78	77	75	67	61
Religión	42	58	62	52	49	48	55	68	62
Cs. Naturales	40	64	61	67	83	70	63	60	46
Política	45	53	49	58	41	50	56	61	51
Psicología	43	44	47	40	29	51	52	49	36
Deportes	37	40	26	57	50	44	40	37	32
Ciencia Ficción	44	42	39	46	48	50	45	42	27
Policial	39	44	41	49	36	37	47	45	52
Informática	35	37	32	43	49	49	44	30	18
Misterio, terror	33	37	36	38	50	47	37	30	28
Autoayuda	33	34	41	25	14	31	35	42	41
Arte	-	33	37	30	31	33	35	34	33
Hobbies	28	28	28	29	28	34	29	29	25
Decoración	27	29	38	19	17	25	30	36	34
Economía	24	29	25	34	19	37	32	31	25
Marketing	18	17	16	18	10	23	23	15	12
Sexualidad	21	15	14	16	9	26	18	15	9
Ocultismo	8	10	12	8	6	17	12	8	8

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más. En esa ocasión se utilizaron las categorías *lee frecuentemente* o *lee esporádicamente*, en lugar de *leyó en los últimos 2 años* o *leyó hace más de 2 años*.

TEMÁTICAS LEÍDAS (ÚLTIMOS 2 AÑOS). COMPARATIVOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

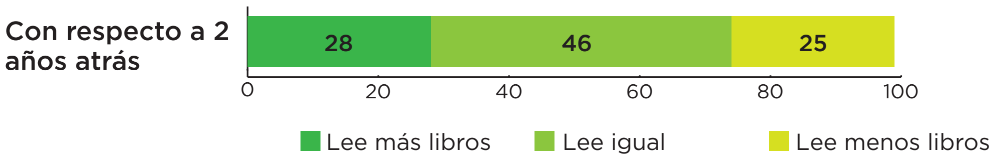
	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Historia	56	58	40	51	46	50	53	54	49
Ciencias Sociales	42	40	29	37	35	37	35	38	31
Política	34	32	21	31	19	30	31	17	24
Religión	29	30	38	33	37	31	45	40	29
Literatura	55	51	42	48	42	52	45	40	39
Psicología	30	26	14	23	23	21	23	22	25
Ciencias Naturales	28	32	27	29	27	28	33	34	19
Deportes	24	22	21	27	22	19	26	16	14
Policial	21	20	20	22	16	20	22	14	25
Ciencia Ficción	29	22	16	22	17	21	20	17	19
Informática	23	23	15	21	16	20	26	18	15
Misterio, terror	21	21	15	20	10	18	18	16	17
Autoayuda	24	18	15	18	19	18	17	15	20
Hobbies	23	14	12	19	12	13	13	9	14
Economía	18	14	6	15	11	9	17	10	10
Arte	22	16	10	20	13	14	13	12	11
Decoración	18	13	11	17	15	11	15	10	13
Marketing	14	7	3	9	7	6	11	6	6
Sexualidad	8	7	2	3	5	7	8	4	8
Ocultismo	3	5	3	3	4	4	4	3	4

TEMÁTICAS LEÍDAS (MENCIONES TOTALES). COMPARATIVOS

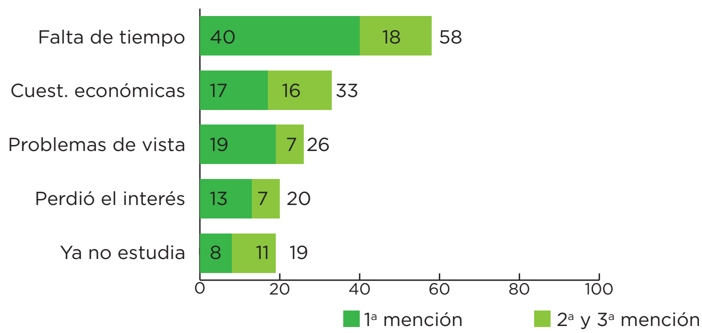
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Historia	92	90	84	86	90	90	90	85	76
Cs. Sociales	79	78	62	71	74	74	66	64	66
Política	61	60	42	52	48	58	53	33	49
Religión	59	56	59	59	67	55	68	60	49
Literatura	84	82	72	77	76	85	68	64	67
Psicología	53	50	32	42	49	47	41	35	48
Cs. Naturales	68	67	57	64	61	65	63	61	56
Deportes	43	41	37	40	39	43	42	28	34
Policial	46	49	39	44	35	50	41	26	43
Ciencia Ficción	52	45	33	45	38	44	39	27	41
Informática	46	42	26	38	40	37	45	27	34
Misterio, terror	42	41	30	40	27	39	33	26	39
Autoayuda	40	36	29	34	36	36	31	19	36
Hobbies	38	27	24	34	27	28	25	15	28
Economía	43	31	18	29	33	30	33	17	29
Arte	41	35	25	36	34	36	39	17	33
Decoración	33	30	27	30	30	31	32	14	30
Marketing	30	18	7	19	18	16	20	10	16
Sexualidad	22	17	8	13	11	17	15	11	21
Ocultismo	12	11	8	9	9	11	9	7	13

MAYOR, IGUAL O MENOR LECTURA DE LIBROS: MOTIVOS DE DISMINUCIÓN DE LECTURA Y POSIBLES INCENTIVOS
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

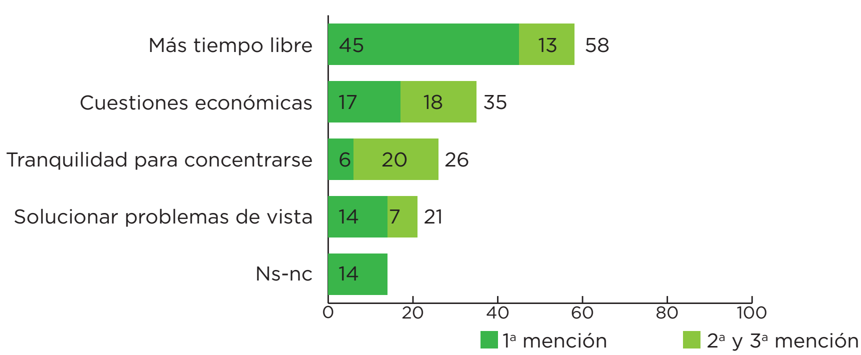


Los que están leyendo más libros son apenas más que los que están leyendo menos. La diferencia entre éstos es apenas del 3%, lo que muestra una estabilidad levemente creciente en la intensidad de lectura.



La menor intensidad de lectura debido a la falta de tiempo es mayoritaria, y tiende a darse un poco más en las edades intermedias y en los sectores socioeconómicos más altos.

Las cuestiones económicas y los problemas de vista como razones para la menor intensidad de lectura se ubican en segundo lugar y ambas predominan entre los más pobres y los adultos (especialmente, los problemas de vista).



Los resultados de **los incentivos para leer más libros** son consistentes con los motivos de menor lectura. Así, el tiempo libre y las cuestiones económicas y de salud (en ese orden) son las razones más mencionadas.

MAYOR, IGUAL O MENOR LECTURA DE LIBROS Y MOTIVOS DE DISMINUCIÓN DE LECTURA (MENCIONES TOTALES). COMPARATIVOS

LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lee más libros		43	28	27	30	48	32	32	20	13
Lee igual		23	46	46	46	39	48	47	49	46
Lee menos libros		34	25	26	23	11	19	20	30	40
Lee menos por...	Falta de tiempo	49	58	59	56	49	62	86	65	32
	Problemas de vista	13	26	32	18	6	2	5	32	48
	Cuestiones económicas	33	33	31	34	24	30	27	26	46
	Perdió interés	15	20	19	22	62	28	14	12	20
	Ya no estudia	7	19	17	22	13	34	25	17	13

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lee más libros		26	35	23	28	23	30	28	33	18
Lee igual		52	44	45	45	57	45	45	42	60
Lee menos libros		21	21	30	26	20	25	27	22	21
Lee menos por...	Falta de tiempo	71	64	49	57	44	62	56	44	59
	Problemas de vista	12	22	35	24	28	29	21	21	27
	Cuestiones económicas	15	25	44	37	36	29	37	33	33
	Perdió interés	21	20	19	23	32	14	23	25	44
	Ya no estudia	18	26	14	24	27	10	35	27	35

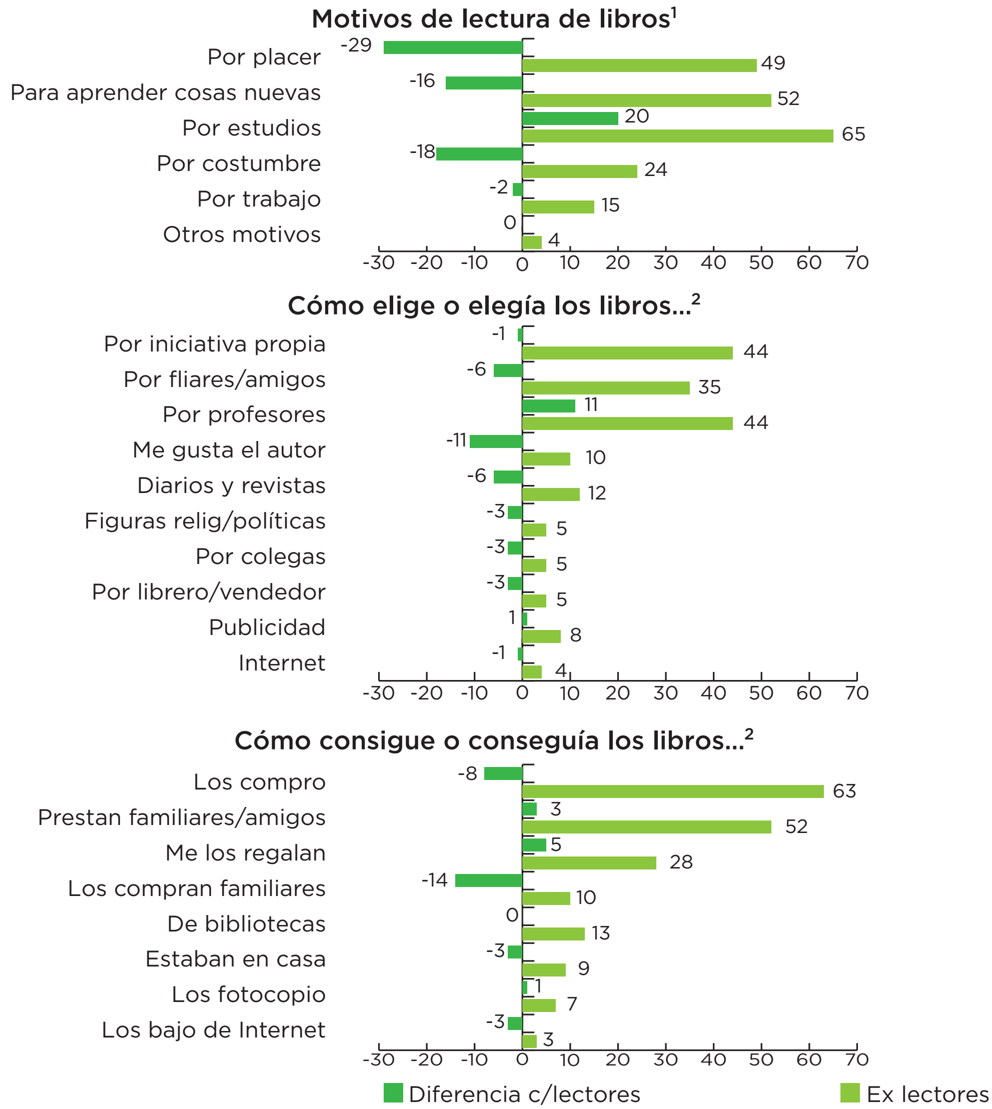
(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más.

CUESTIONES QUE INCENTIVARÍAN LA LECTURA. COMPARATIVOS (MENCIONES TOTALES)
LECTORES ACTUALES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Más tiempo libre	-	58	59	57	50	65	85	66	30
Libros más baratos	-	35	34	36	30	41	37	34	32
Solucionar problemas de vista	-	21	27	12	6	7	5	21	39
Tranquilidad para concentrarse	-	26	28	23	36	38	34	26	13
Aprender a leer mejor	-	8	7	9	38	13	2	11	1
Otras ayudas	-	3	3	2	2	1	1	3	5
Ns-Nc	-	14	14	14	10	15	5	9	25

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Más tiempo libre	74	59	50	66	46	55	61	52	51
Libros más baratos	29	37	34	45	47	25	41	37	38
Solucionar problemas de vista	11	21	25	15	26	23	21	15	34
Tranquilidad para concentrarse	39	26	19	36	38	13	42	29	53
Leer mejor	7	11	6	12	21	2	10	15	12
Otras ayudas	1	3	3	2	4	3	0	2	1
Ns-Nc	13	9	17	10	7	18	5	15	8

EX LECTORES: MOTIVOS DE LECTURA, FORMAS DE ELEGIR Y CONSEGUIR LIBROS (MENCIONES TOTALES)
EX LECTORES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS



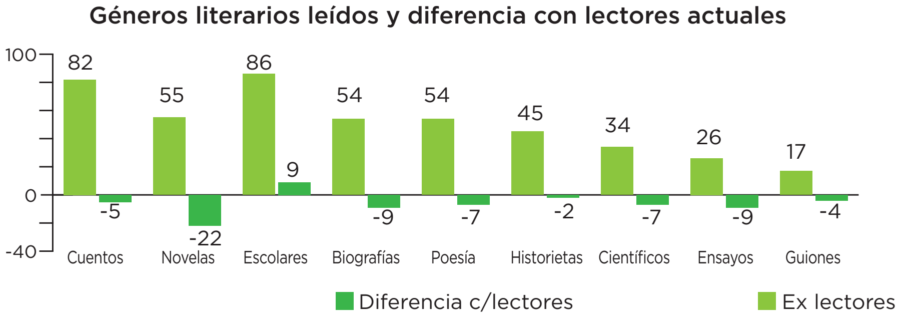
Quienes dejaron de leer, leían menos por placer y para aprender cosas nuevas. En consonancia con ese dato, parecería que los ex lectores leían más por necesidades de estudio.

También tenían menos influencia de familiares y amigos y eran menos apegados a los autores. En cambio, los ex lectores recuerdan más a sus profesores como una influencia a la hora de elegir lecturas.

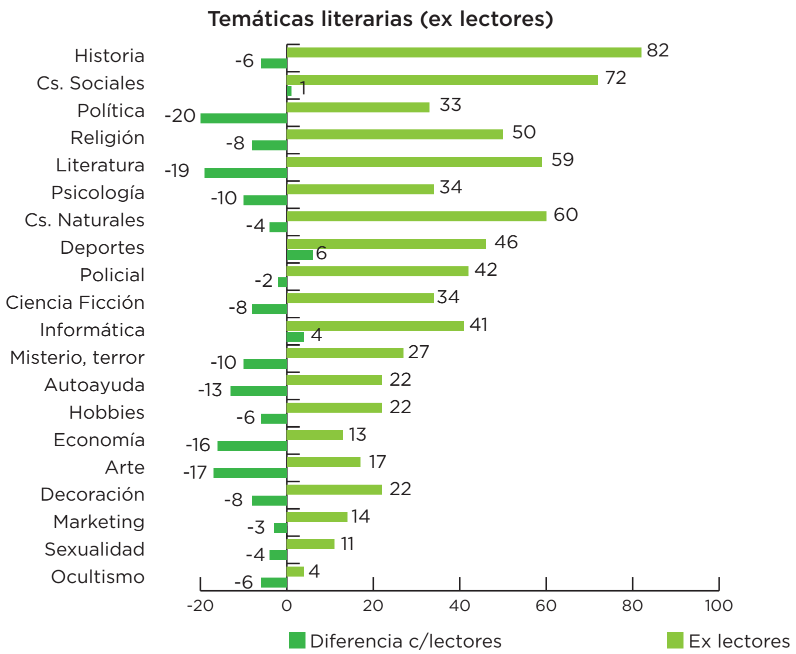
Además, compran menos y reciben menos libros como regalos. En cambio, parecen conseguir libros por algún amigo o familiar, y/o leer los ejemplares que ellos les compran.

(1) Cada mención corresponde a una pregunta particular sobre cada motivo.
(2) Los porcentajes corresponden al total acumulado de hasta 3 menciones por entrevistado.

EX LECTORES: GÉNEROS LITERARIOS
EX LECTORES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS



EX LECTORES: TEMÁTICAS LITERARIAS LEÍDAS
EX LECTORES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS



Los ex lectores mencionan menos temáticas leídas que los lectores. De 20 temáticas consultadas, 17 fueron menos leídas por los ex lectores.

Las temáticas menos leídas por los ex lectores fueron: *política, literatura, economía, arte, psicología, autoayuda* y *ciencia ficción.*

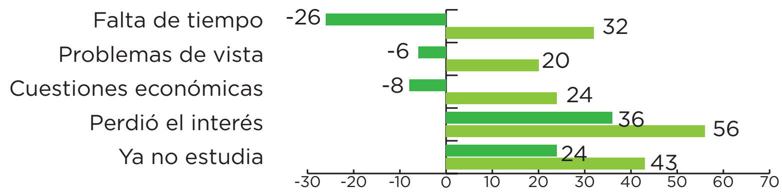
Los ex lectores han leído más libros sobre *deportes* e *informática*.

Las novelas policiales y las temáticas de *ciencias naturales, marketing, sexualidad* y *ciencias sociales* no presentan diferencias importantes entre lectores actuales y ex lectores.

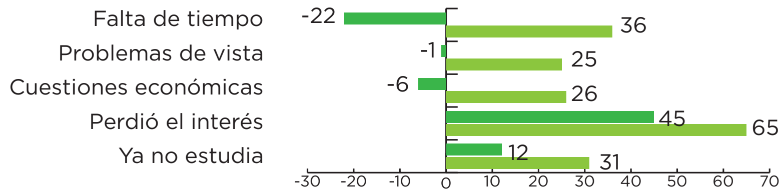
EX LECTORES Y NO LECTORES: MOTIVOS DE NO LECTURA Y DE MENOR LECTURA, Y POSIBLES INCENTIVOS (MENCIONES TOTALES)

EX LECTORES Y NO LECTORES DE LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

¿Por qué no lee libros? (ex lectores)



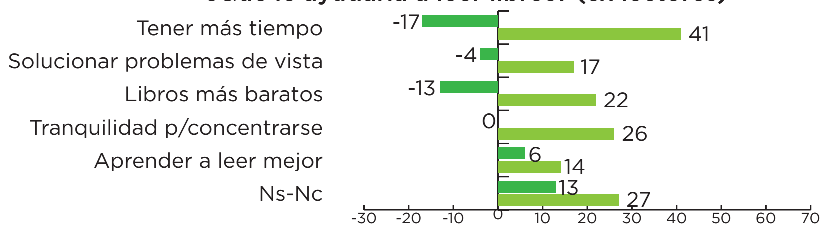
¿Por qué nunca leyó libros? (no lectores)



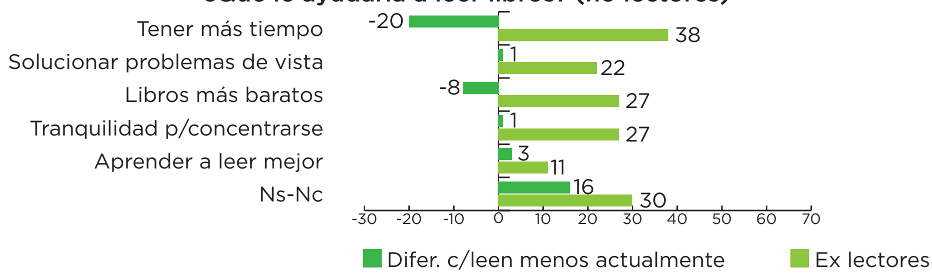
Los motivos de no lectura de libros (ex lectores y no lectores) dan cuenta de una menor motivación por la lectura de libros en este grupo, ya que crecen la falta de interés y el *ya no estudia*. En cambio, **la disminución de lectura** entre los lectores actuales se vincula más con la falta de tiempo.

Los incentivos para la lectura mencionados, son coherentes con los motivos de no lectura y disminución de lectura. Esto se observa en los ex lectores y quienes nunca leyeron, que mencionan menos como incentivo al tiempo y al precio de los libros y, en cambio, dicen más frecuentemente *no saber* por qué leen menos.

¿Qué le ayudaría a leer libros? (ex lectores)



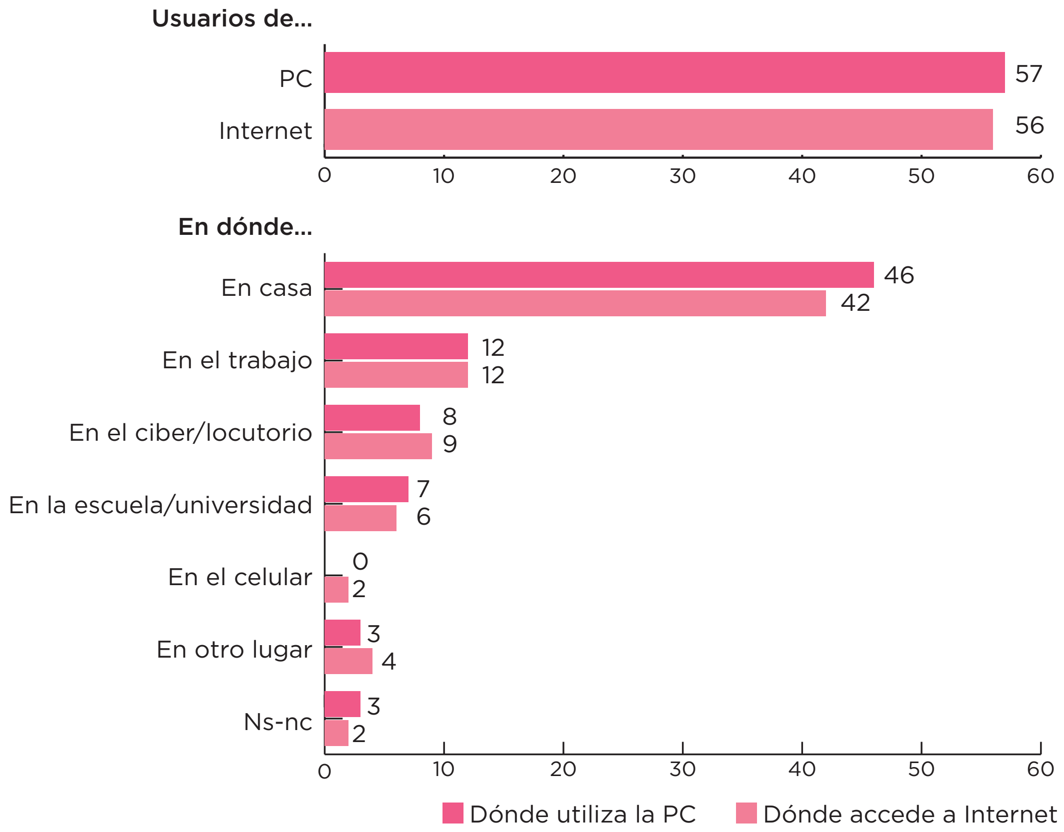
¿Qué le ayudaría a leer libros? (no lectores)



LECTURA DIGITAL (EN PANTALLA DE PC)

INDICADORES GENERALES

USUARIOS Y LUGARES DE USO DE PC E INTERNET
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Hoy, computadora es sinónimo de Internet. El 57% de los argentinos son usuarios de PC y el 56%, casi todos los usuarios de PC, lo son también de Internet.

Donde se usa computadora, se accede a Internet. Esto surge de comparar las tasas de uso de PC y de Internet por lugar de uso. En todos los casos se detectan valores prácticamente iguales.

En primer lugar, la casa. La mayoría de la gente utiliza la computadora (46%) e Internet (42%) en su casa.

Algunos, acceden en el trabajo, en locutorios y/o en la escuela. Un 12% usa la computadora en el trabajo, un 8% en locutorios y un 7% en la escuela o universidad.

USUARIOS Y LUGARES DE USO DE PC

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Usuarios de PC		-	57	55	59	92	84	75	49	13
Dónde utiliza la PC...	En casa	-	46	45	47	67	64	63	41	11
	En el trabajo	-	12	11	13	1	13	22	16	3
	En cibers/locutorios	-	8	7	10	24	17	7	3	1
	En la escuela/univers.	-	7	8	7	28	14	5	2	-
	Otros lugares	-	3	2	4	7	7	3	2	-
	Ns-Nc	-	3	3	2	4	3	4	3	-

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Usuarios de PC		90	80	29	58	58	58	57	48	64
Dónde utiliza la PC...	En casa	83	72	14	49	49	46	43	34	54
	En el trabajo	30	14	3	12	12	12	13	10	14
	En cibers/locutorios	5	7	10	7	11	7	12	10	10
	En la escuela/univers.	10	9	5	8	14	5	14	9	10
	Otros lugares	1	3	4	3	3	3	3	3	3
	Ns-Nc	4	3	1	4	-	3	0	2	1

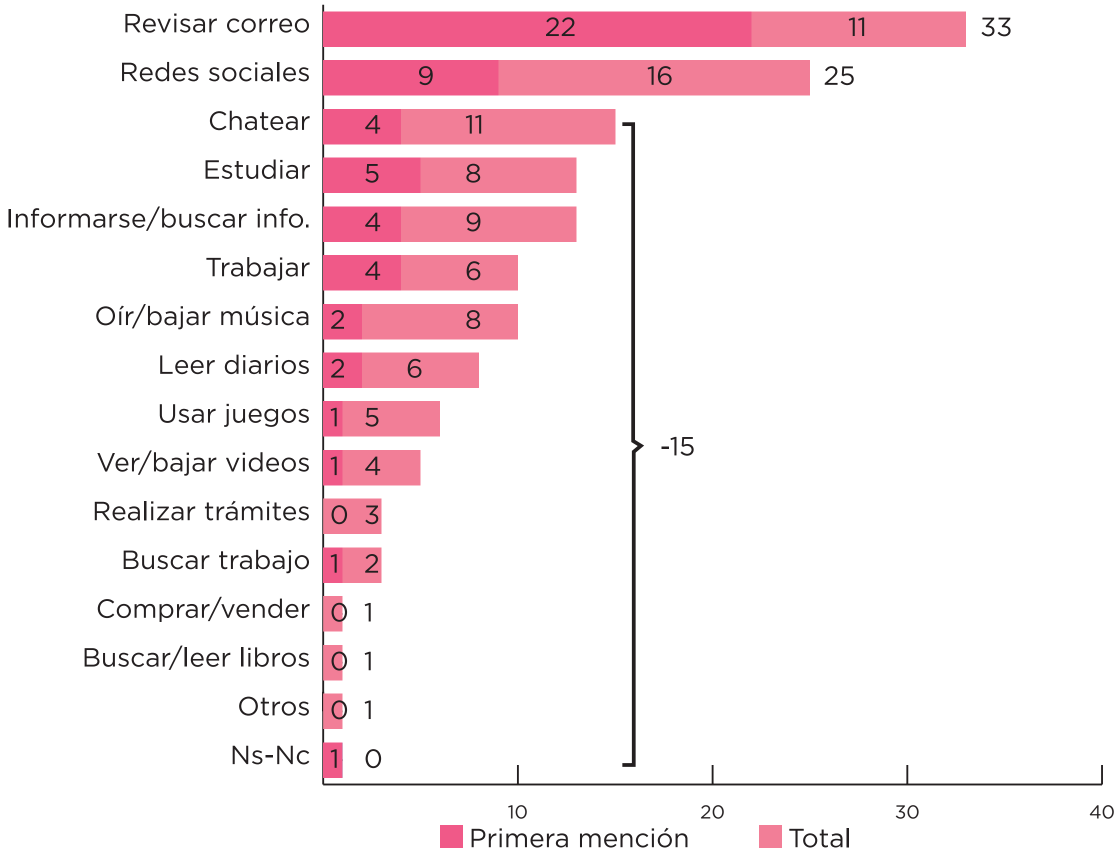
ACCESO Y LUGARES DE ACCESO A INTERNET

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Acceso a Internet		-	56	54	58	89	85	74	47	11
Dónde accede a Internet...	En casa	-	42	42	43	57	62	59	39	10
	En el trabajo	-	12	11	13	1	12	22	18	3
	En cibers/locutorios	-	9	8	11	26	19	10	3	-
	En la escuela/univers.	-	6	6	7	21	14	5	2	-
	En el celular	-	2	2	2	2	5	2	1	-
	Otros lugares	-	4	3	5	8	9	5	2	-
	Ns-Nc	-	2	2	2	3	1	3	2	-

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Acceso a Internet		87	78	29	58	56	56	57	46	64
Dónde accede a Internet...	En casa	81	67	10	47	44	42	37	29	51
	En el trabajo	28	15	3	12	12	13	12	9	14
	En cibers/locutorios	5	7	12	8	12	9	14	11	12
	En la escuela/univers.	9	9	3	7	13	3	13	8	10
	En el celular	4	2	-	3	1	1	4	1	2
	Otros lugares	3	2	5	4	3	4	4	3	2
	Ns-Nc	3	4	-	3	1	2	-	1	1

¿PARA QUÉ USA INTERNET?
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Revisar el mail es el principal uso dado a Internet. El 33% dice que cuando se conecta a Internet "revisa el mail" y el 22% lo menciona en primer lugar.

Más usuarios lúdicos: la participación en redes sociales y chats constituye el segundo uso más habitual en Internet. El 25% usa redes sociales (el 9% lo menciona en primer lugar) y el 15% chatea (el 4% como primera mención).

No tanto estudio ni trabajo. A continuación del uso de redes sociales y chat, se ubican actividades como estudiar, trabajar, informarse o leer el diario, que podríamos llamar *de menor interacción social* o *menos lúdicas.*

Productos culturales. Internet también es un espacio para la circulación de producciones culturales clásicas. Así, un 10% dice que oye o baja música de la red, un 6% usa juegos on-line, un 5% mira videos y un 1% lee o baja libros. Sin embargo, menos del 2% realiza esta mención en primer lugar, es decir, como uso principal.

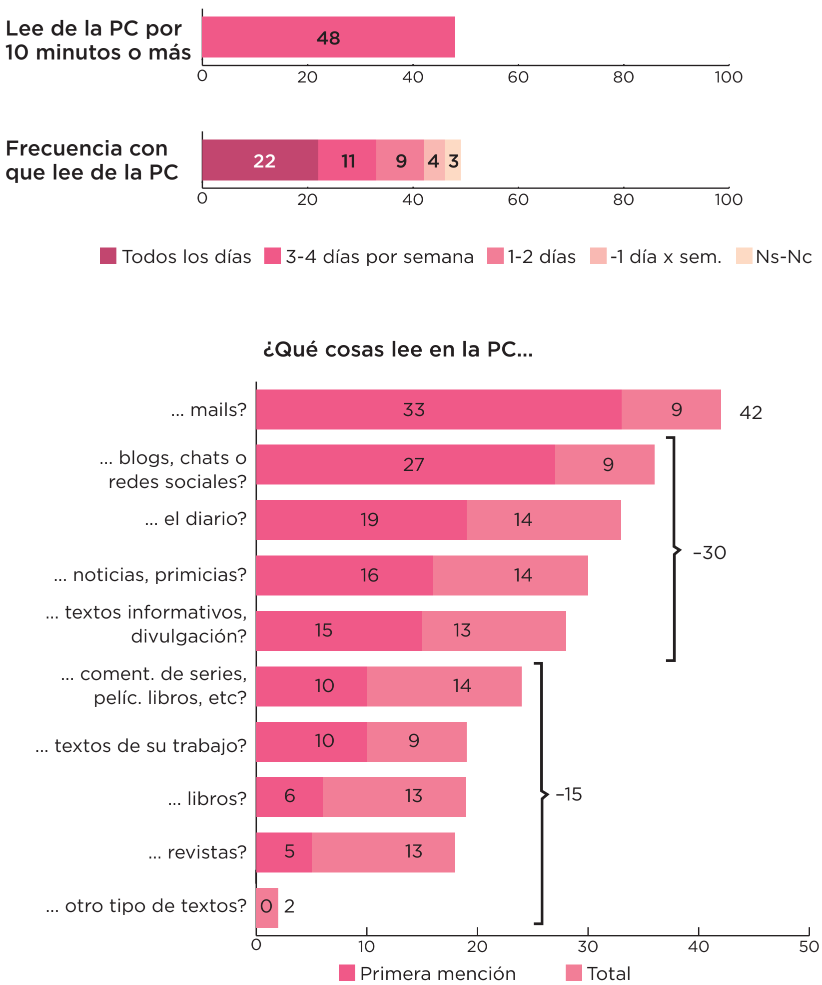
¿PARA QUÉ USA INTERNET? COMPARATIVOS (MENCIONES TOTALES)
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Revisar correo	-	33	32	35	32	50	51	33	7
Trabajar	-	10	8	12	-	5	18	17	2
Buscar trabajo	-	3	3	3	2	5	5	3	-
Realizar trámites	-	3	3	2	1	2	3	6	1
Estudiar	-	13	12	13	39	23	11	5	1
Chatear	-	15	16	13	33	26	17	9	2
Usar redes sociales	-	25	28	23	58	48	30	12	3
Usar juegos	-	6	4	9	27	10	4	2	-
Oir/bajar música	-	10	9	11	18	23	13	4	1
Ver/bajar videos	-	5	3	8	10	9	8	3	-
Informarse/buscar info.	-	13	12	13	11	13	18	16	6
Comprar/vender	-	1	-	1	-	1	2	-	-
Leer diarios	-	8	8	7	3	7	14	8	4
Buscar/leer libros	-	1	1	-	1	1	1	1	-
Otros	-	1	5	5	6	7	6	6	1
Ns-Nc	-	1	1	1	-	1	1	-	-

PARA QUÉ USA INTERNET. COMPARATIVOS (MENCIONES TOTALES)
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Revisar correo	59	47	13	32	42	34	34	18	46
Trabajar	25	11	2	11	9	10	9	6	10
Buscar trabajo	5	3	1	2	3	3	3	2	3
Realizar trámites	9	2	-	3	2	3	3	1	4
Estudiar	16	19	7	13	14	12	17	12	10
Chatear	21	20	9	17	20	11	20	11	29
Usar redes sociales	37	34	15	27	28	25	26	19	27
Usar juegos	6	7	6	7	5	7	5	6	7
Oir/bajar música	11	16	5	10	9	10	7	10	14
Ver/bajar videos	7	8	3	7	6	5	5	5	4
Informarse/buscar info.	21	19	5	15	6	13	8	12	10
Comprar/vender	1	1	-	1	-	1	-	1	1
Leer diarios	14	11	3	8	9	6	10	8	10
Buscar/leer libros	1	1	-	-	1	1	-	-	-
Otros	7	8	2	3	1	8	2	2	1
Ns-Nc	1	1	-	1	-	-	-	1	1

LECTURA Y TIPO DE LECTURAS EN PANTALLA DE PC
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Casi todos los usuarios de computadora, leen en pantalla. Del 56% de usuarios de PC, el 48% lee en pantalla durante más de 10 minutos seguidos.

La lectura en pantalla, además, es una práctica muy habitual. El 22% de la población es decir, casi la mitad de quienes leen en PC, lo hacen todos los días. Un 11% lee entre 3 y 4 días por semana y la minoría lo hace 2 días por semana o menos.

Mails y redes sociales concentran las principales lecturas, en consonancia con los usos más habituales en Internet.

El diario y las noticias también son lecturas importantes y aparecen en tercer y cuarto lugar.

Bastante lectura vinculada con las industrias culturales. Si consideramos los libros, textos de divulgación, críticas literarias y de cine como lecturas vinculadas con productos culturales, podemos ubicar a este conjunto de lecturas digitales en un tercer lugar de importancia.

LECTURA DE LA PANTALLA DE LA PC. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lee de la PC 10 minutos o +	-	48	47	49	76	74	63	42	9
Todos o casi todos los días	-	22	19	24	29	38	30	18	4
3 o 4 días por semana	-	11	11	10	16	16	15	9	2
1 o 2 días por semana	-	9	10	8	16	9	11	9	2
Menos de 1 por semana	-	4	4	4	9	5	4	4	1

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lee de la PC 10 minutos o +	79	68	22	54	52	44	52	42	56
Todos o casi todos los días	42	33	5	25	24	19	24	19	25
3 o 4 días por semana	15	16	5	12	11	9	12	8	17
1 o 2 días por semana	12	10	7	9	13	8	11	9	7
Menos de 1 por semana	3	5	3	4	3	4	4	5	4

TIPOS DE LECTURAS FRECUENTES EN LA PANTALLA DE LA PC. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

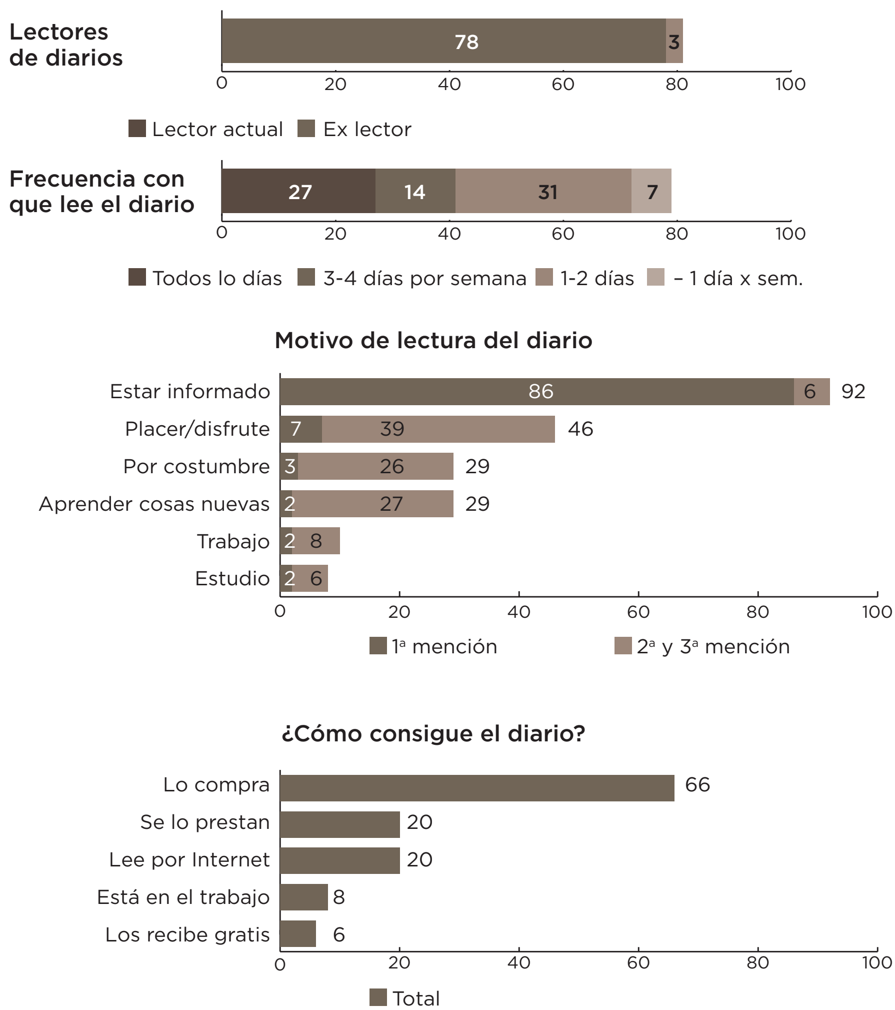
	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Mails	-	33	31	34	41	49	46	31	6
Blogs, chat, redes sociales	-	27	28	27	59	54	32	15	1
El diario	-	19	16	23	12	27	32	20	4
Noticias, primicias	-	16	15	16	14	23	26	14	2
Textos de divulgación	-	15	13	16	18	22	22	14	3
Coment. series, pelic, libros	-	10	10	10	20	18	11	7	1
Textos del trabajo	-	10	8	13	8	12	18	12	2
Libros	-	6	6	6	7	8	10	6	1
Revistas	-	5	4	5	6	7	7	4	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Mails	62	46	11	34	36	33	33	22	41
Blogs, chat, redes sociales	43	41	12	29	30	26	31	22	30
El diario	41	26	5	20	19	19	18	17	24
Noticias, primicias	30	21	5	16	13	15	20	15	19
Textos de divulgación	26	21	6	18	11	14	15	16	10
Coment. series, pelic, libros	19	13	4	12	7	10	11	8	8
Textos del trabajo	23	14	3	13	8	10	8	8	8
Libros	12	9	1	5	6	6	7	5	3
Revistas	9	6	2	6	4	3	5	4	6

LECTURA DE DIARIOS

INDICADORES GENERALES

LECTURA DE DIARIOS: FRECUENCIA, MOTIVOS Y ACCESO
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS



El que lee, lee el diario. El diario es, históricamente, el formato de lectura más extendido y es consumido por el 78% de la población, es decir, por casi todos los lectores.

La frecuencia de lectura del diario aparece vinculada con la edad. Un 27% de los argentinos lee el diario todos los días, costumbre que tiende a crecer entre los de mayor edad. En cambio, quienes leen 1 o 2 días por semana (31%) o menos de 1 día (7%) pertenecen a las generaciones más nuevas.

El diario se lee, principalmente, para informarse. En segundo lugar, y en mucha menor medida, se lee por placer.

Dos tercios compra el diario y crece la lectura por Internet. Hace 10 años casi no existían diarios por Internet. En la actualidad, un 20% de los argentinos lee el diario a través de Internet. La compra del diario creció 7 puntos, probablemente debido a que en 2001 la compra del diario había disminuido por motivos económicos.

LECTURA DE DIARIOS: FRECUENCIA Y ACCESO. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
5-7 días por semana		38	27	21	34	12	23	30	33	30
3-4 días por semana		27	14	13	14	10	18	13	18	10
1-2 días por semana			31	34	28	33	34	34	27	28
- de 1 día/de vez en cuando		19	7	8	5	10	7	6	5	7
No lee/nunca leyó		22	22	24	20	35	19	17	17	25
Cómo consigue el diario	Lo compra	59	66	66	67	50	57	63	75	75
	Se lo prestan	25	20	21	19	31	24	18	14	22
	Lo lee por Internet	-	20	18	22	21	29	31	18	5
	Está en el trabajo	9	8	7	9	3	8	12	9	3
	Los recibe gratis	7	6	8	5	9	4	8	6	5

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
5-7 días/todos o casi todos		41	31	19	30	26	23	28	36	32
3-4 días/algunos por semana		15	12	14	15	16	12	8	16	23
1-2 días semana		30	32	32	27	37	33	34	28	26
- de 1 día/de vez en cuando		3	7	8	8	5	7	8	5	7
No lee/nunca leyó		12	19	27	21	17	25	23	15	13
Cómo consigue el diario	Lo compra	71	67	65	66	71	65	63	69	66
	Se lo prestan	10	18	27	18	21	19	30	27	20
	Lo lee por Internet	40	27	6	25	23	16	22	19	27
	Está en el trabajo	6	8	9	6	5	10	8	5	7
	Los recibe gratis	4	6	7	5	11	8	5	2	8

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

MOTIVO DE LECTURA DEL DIARIO (PRIMERA MENCIÓN Y TOTAL). COMPARATIVOS

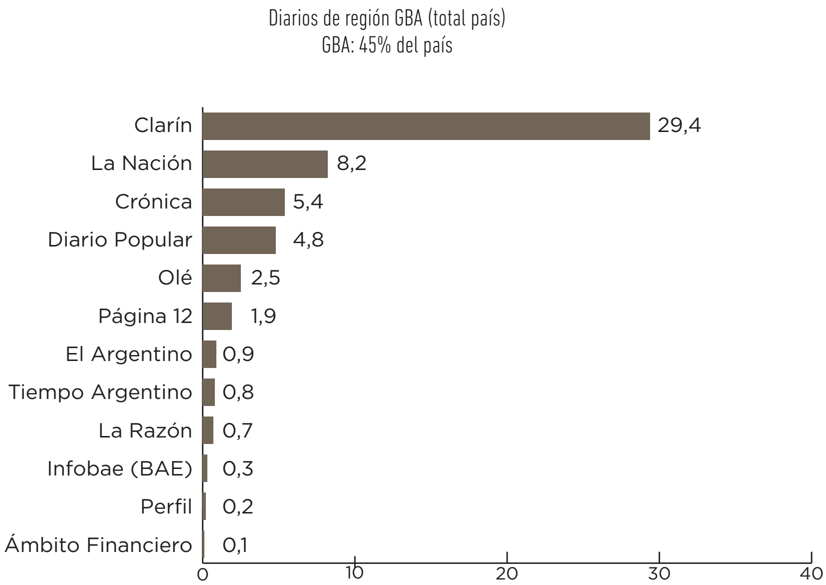
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
1ª mención	Para estar informado	-	86	85	87	69	80	88	92	88
	Placer / disfrute	-	7	7	7	16	6	6	4	8
	Costumbre	-	3	3	3	4	3	2	2	3
	Aprender cosas nuevas	-	2	2	1	1	2	1	2	1
Totales	Para estar informado	-	92	91	94	81	92	95	95	93
	Placer / disfrute	-	46	47	45	49	42	43	41	56
	Costumbre	-	29	28	30	20	25	30	32	31
	Aprender cosas nuevas	-	29	31	27	28	25	28	29	33
	Por trabajo	-	10	9	11	3	15	16	9	4
	Por el estudio	-	8	9	6	32	12	6	2	1

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
1ª mención	Para estar informado	89	87	84	85	85	86	87	87	85
	Placer / disfrute	4	6	8	7	6	8	5	4	4
	Costumbre	2	2	3	3	3	2	2	2	4
	Aprender cosas nuevas	1	1	2	1	2	2	1	3	1
Totales	Para estar informado	96	94	91	94	95	91	93	93	94
	Placer / disfrute	43	43	52	47	58	45	39	43	53
	Costumbre	29	27	30	38	38	20	28	30	38
	Aprender cosas nuevas	29	32	29	29	32	28	29	28	35
	Por trabajo	17	11	7	11	12	7	18	8	18
	Por el estudio	9	8	7	7	12	5	15	12	13

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con 2011.

DIARIOS LEÍDOS: REGIÓN GRAN BUENOS AIRES (CIUDAD DE BUENOS AIRES Y CONURBANO BONAERENSE)
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS



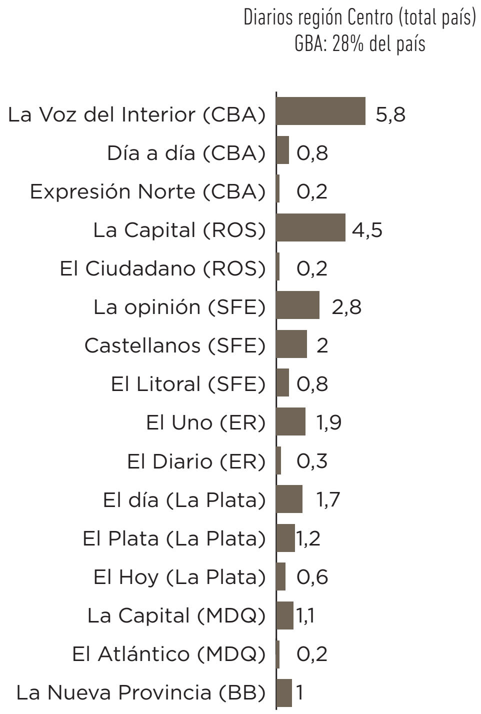
Lo más leído: Los lectores de *Clarín* representan el 29,4% del total de lectores de diarios, con lo que es el periódico impreso más leído a nivel nacional. Además, este diario concentra el 60% de lectores a nivel regional. El segundo diario en importancia es *La Nación* con 8,2% de los lectores. *La Nación* concentra el 16% de los lectores a nivel regional, es decir casi la cuarta parte con respecto al primer diario. Siguen en orden *Crónica* con 5,4%, *Diario Popular* con 4,8% y *Página 12* con 1,9%.

¿Quiénes son los principales lectores? Mujeres y varones leen el diario por igual. Lo mismo ocurre con los distintos grupos de edades, excepto para el caso de diarios especializados. En cuanto a la dimensión socioeconómica, esta depende del público objetivo, pero en el caso de *Clarín*, la distribución es pareja en los 3 niveles. En cuanto a la penetración por nivel socioeconómico, el patrón varía para cada diario según el público objetivo de cada uno (algunos predominan entre los más pobres, otros entre los más ricos, otros son parejos en todos los niveles, etcétera).

Los gratuitos: *El Argentino* y *La Razón* son diarios de distribución gratuita y juntos alcanzan el 1,5% de los lectores a nivel nacional.

DIARIOS LEÍDOS: REGIÓN CENTRO (CÓRDOBA, SANTA FE, ENTRE RÍOS, INTERIOR DE BUENOS AIRES)

LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

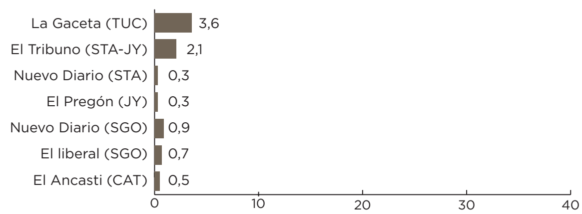


Lo más leído: la región Centro tiene en los diarios capitalinos la principal concentración de lectores de diarios, con la excepción de Rosario. Ejemplos de ello son *La Voz del Interior* con 5,8%, *La Capital* 4,5%, *La Opinión* 2,8% el *Uno* 1,9% y *El Día* 1,2%, siempre de participación a nivel nacional. Y a nivel regional obtenemos que *La Voz del Interior* tiene el 20,6% de lectores de diarios; *La Capital*, 16%; *La Opinión*, 10%; *Uno,* 6,7% y *El Día,* 4,2%.

¿Quiénes son los principales lectores? Mujeres y varones comparten equilibradamente la lectura de diarios, lo mismo con los distintos grupos de edades. En cuanto a la dimensión socioeconómica, se observan altos niveles de lectura en todos los estratos.

DIARIOS LEÍDOS: REGIONES NOA (SANTIAGO DEL ESTERO, TUCUMÁN, CATAMARCA, SALTA Y JUJUY) Y NEA (CHACO, CORRIENTES, MISIONES Y FORMOSA)

Diarios región NOA (total país)
NOA: 9% del país

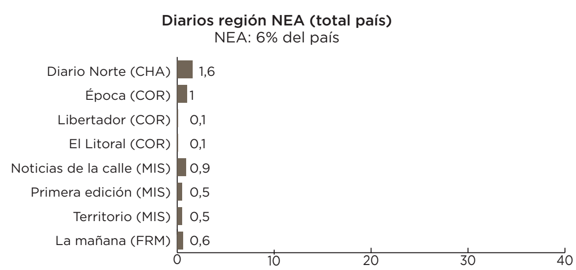


REGIÓN NOA

Los más leídos: el orden de lectura de diarios del NOA muestra que *La Gaceta* y *El Tribuno* son, por amplia diferencia, los diarios de mayor lectura. Estos periódicos tienen una participación nacional del 3,6% y 2,1% a nivel nacional; y una participación del 39% y 31% a nivel regional, respectivamente.

¿Quiénes son los principales lectores? Mujeres y varones comparten equilibradamente la lectura de diarios, lo mismo sucede con los distintos grupos de edades, destacándose los adolescentes para el caso de *La Gaceta*. En cuanto a la dimensión socioeconómica, la lectura también es pareja en todos los estratos.

Diarios región NEA (total país)
NEA: 6% del país



REGIÓN NEA

Los más leídos: los principales diarios del NEA son el Diario Norte con un 1,6% y Época con un 1% de participación a nivel nacional; y un 27% y 16% a nivel regional.

¿Quiénes son los principales lectores? No se observan diferencias relevantes en la lectura por sexo, edad ni estratos socioeconómicos.

DIARIOS LEÍDOS: REGIONES CUYO (LA RIOJA, MENDOZA, SAN LUIS Y SAN JUAN) Y PATAGONIA (LA PAMPA, RÍO NEGRO, NEUQUÉN, CHUBUT, STA. CRUZ Y TIERRA DEL FUEGO)

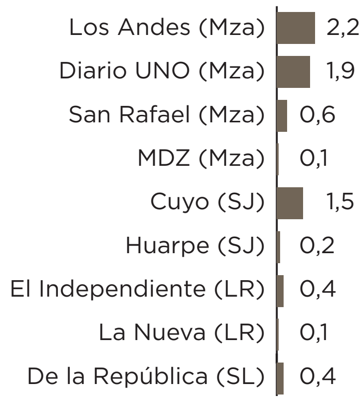
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

REGIÓN CUYO

Lo más leído: los principales diarios de Cuyo son *Los Andes, Diario Uno* y *Cuyo*, con 2,2%, 1,9% y 1,5% de participación nacional respectivamente; y 30%, 26% y 21% de lectura regional.

¿Quiénes son los principales lectores? Las tasas de lectura de los distintos diarios en Cuyo son parejas por sexo, edad y nivel socioeconómico

Diarios región Cuyo (total país)
Cuyo: 7% del país

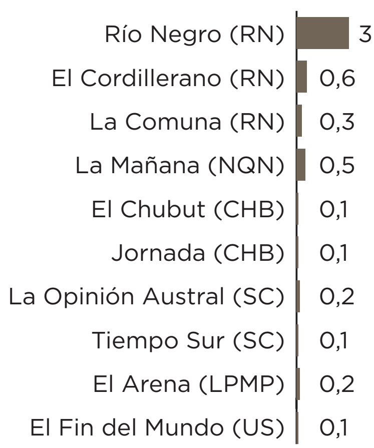


REGIÓN PATAGONIA

Lo más leído: en la Patagonia, el principal diario de la región es *Río Negro*, con un 3% de participación nacional y casi el 55% a nivel regional; en segundo lugar se ubica *El Cordillerano*, de la misma provincia, con una participación del 1% a nivel nacional y del 11% a nivel regional

¿Quiénes son los principales lectores? En la Patagonia, las variaciones en la lectura de los distintos diarios por grupos de población (sexo, edad y nivel socioeconómico) también son pequeñas y se ubican dentro de los márgenes de error.

Diarios región Patagonia (total país)
Patagonia: 5% del país



DIARIOS LEÍDOS, REGIÓN GBA. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Clarín	-	29	29	30	23	28	32	29	31
La Nación	-	8	8	9	6	6	5	11	12
Página 12	-	2	1	3	-	2	2	3	1
Crónica	-	5	5	6	5	3	3	7	8
Diario Popular	-	5	4	5	3	1	4	6	8
Tiempo Argentino	-	1	-	1	2	-	1	1	1
La Razón	-	1	1	1	-	1	1	1	-
El Argentino	-	1	1	1	2	-	2	1	-
Olé	-	3	1	4	4	5	4	1	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Clarín	28	30	29	9	1	60	5	3	4
La Nación	15	7	6	3	1	16	1	1	2
Página 12	4	2	1	2	-	3	1	-	2
Crónica	3	4	7	1	-	11	1	-	6
Diario Popular	1	3	7	1	-	11	-	-	-
Tiempo Argentino	1	1	1	1	-	1	-	-	1
La Razón	1	-	1	-	-	1	-	-	-
El Argentino	-	1	1	-	-	2	-	-	-
Olé	2	4	2	1	-	5	-	1	-

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

DIARIOS LEÍDOS, REGIÓN CENTRO. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
La Voz del interior (CBA)	-	6	6	6	8	8	6	6	4
La Opinión (SFE)	-	3	3	2	1	2	2	4	4
Castellanos (SFE)	-	2	2	2	1	3	1	2	3
La Capital (ROS)	-	5	5	4	4	5	3	6	5
El Uno (ER)	-	2	2	2	1	2	3	2	1
El Día (La Plata)	-	2	2	1	3	1	2	1	2
E Plata (La Plata)	-	1	1	2	-	2	1	2	1
La Capital (MDQ)	-	1	1	1	1	-	2	1	1
La Nueva Provincia (BB)	-	1	1	1	2	1	1	1	1

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
La Voz del interior (CBA)	5	7	6	20	-	-	-	-	-
La Opinión (SFE)	5	2	3	10	-	-	-	-	-
Castellanos (SFE)	3	2	2	7	-	-	-	-	-
La Capital (ROS)	3	3	6	16	-	-	-	-	-
El Uno (ER)	5	1	1	7	-	-	-	-	-
El Día (La Plata)	3	2	1	6	-	-	-	-	-
E Plata (La Plata)	1	1	1	4	-	-	-	-	-
La Capital (MDQ)	1	1	1	4	-	-	-	-	-
La Nueva Provincia (BB)	1	2	1	4	-	-	-	-	-

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

DIARIOS LEÍDOS, REGIÓN NOA. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
La Gaceta (TUC)	-	4	4	4	7	4	3	3	3
El Tribuno (STA –JJY)	-	3	3	2	4	3	3	3	2
Nuevo Diario (STA)	-	-	-	-	-	-	1	-	-
El Pregón (JJY)	-	-	1	-	-	-	1	-	1
Nuevo Diario (SGO)	-	1	1	1	1	1	-	1	1
El liberal (SGO)	-	1	1	1	1	1	1	1	1
El Ancasti (CAT)	-	1	1	-	-	-	1	-	1

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
La Gaceta (TUC)	3	4	4	-	-	-	-	39	-
El Tribuno (STA –JJY)	2	2	3	-	-	-	-	31	-
Nuevo Diario (STA)	-	1	-	-	-	-	-	3	-
El Pregón (JJY)	-	-	1	-	-	-	-	4	-
Nuevo Diario (SGO)	-	1	1	-	-	-	-	10	-
El liberal (SGO)	-	1	1	-	-	-	-	7	-
El Ancasti (CAT)	-	-	1	-	-	-	-	6	-

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

DIARIOS LEÍDOS, REGIÓN NEA. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Diario Norte (CHA)	-	2	2	2	2	2	2	2	1
Época (CORR)	-	1	1	1	1	2	1	1	1
Noticias de la calle (MIS)	-	1	1	1	2	2	1	-	-
Primera edición (MIS)	-	1	1	1	-	1	1	-	-
Territorio (MIS)	-	1	-	1	-	1	1	-	-
La mañana (FRM)	-	1	1	1	1	-	1	1	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Diario Norte (CHA)	2	2	2	-	-	-	27	-	-
Época (CORR)	1	1	1	-	-	-	16	-	-
Noticias de la calle (MIS)	-	1	1	-	-	-	14	-	-
Primera edición (MIS)	1	1	-	-	-	-	8	-	-
Territorio (MIS)	1	1	-	-	-	-	8	-	-
La mañana (FRM)	1	1	1	-	-	-	10	-	-

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

DIARIOS LEÍDOS, REGIÓN CUYO. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Los Andes (MZA)	-	2	2	2	2	3	2	2	3
Diario UNO (MZA)	-	2	2	2	2	3	1	2	2
San Rafael (MZA)	-	1	1	1	1	2	1	-	-
Cuyo (SJ)	-	2	2	1	1	1	2	2	2
Huarpe (SJ)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Independiente (LR)	-	-	-	1	-	1	1	-	-
De la República (SL)	-	-	1	-	1	-	-	-	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Los Andes (MZA)	3	2	2	-	30	-	-	-	-
Diario UNO (MZA)	2	2	2	-	26	-	-	-	-
San Rafael (MZA)	-	1	1	-	8	-	-	-	-
Cuyo (SJ)	2	1	2	-	21	-	-	-	-
Huarpe (SJ)	-	-	-	-	3	-	-	-	-
El Independiente (LR)	-	-	1	-	6	-	-	-	-
De la República (SL)	-	1	1	-	6	-	-	-	-

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

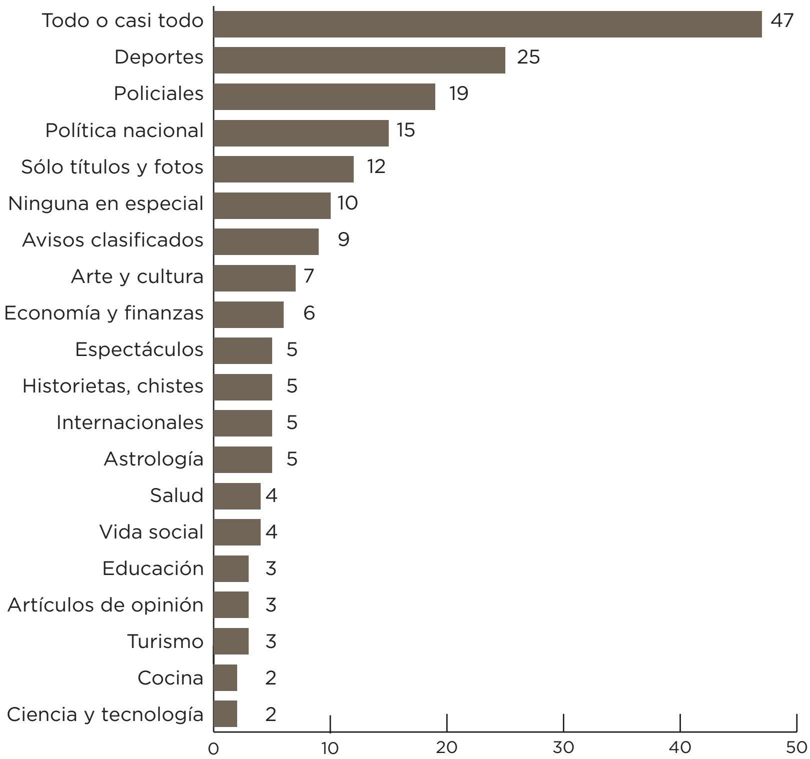
DIARIOS LEÍDOS, REGIÓN PATAGONIA. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Río Negro (RN)	-	3	3	3	2	4	3	4	2
El Cordillerano (RN)	-	1	1	1	1	1	1	1	-
La Comuna (RN)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Mañana (NQN)	-	1	1	-	-	-	1	1	-
El Chubut (CHB)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Opinión Austral (SC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Arena (La Pampa)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Fin del Mundo (USH)	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Río Negro (RN)	4	3	3	-	-	-	-	-	55
El Cordillerano (RN)	1	1	-	-	-	-	-	-	11
La Comuna (RN)	-	-	-	-	-	-	-	-	5
La Mañana (NQN)	1	-	-	-	-	-	-	-	9
El Chubut (CHB)	-	-	-	-	-	-	-	-	3
La Opinión Austral (SC)	-	-	-	-	-	-	-	-	3
El Arena (La Pampa)	-	-	-	-	-	-	-	-	4
El Fin del Mundo (USH)	-	-	-	-	-	-	-	-	1

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

SECCIONES DEL DIARIO MÁS LEÍDAS[1]
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS



Lo más leído: cerca de la mitad de los lectores del diario (47%) menciona espontáneamente leer todas o casi todas sus secciones. Luego, sigue deportes con un 25%, policiales con un 19% y política nacional con un 15%, entre las principales. Respecto del 2001, esta estructura de secciones leídas ha variado muy poco.

¿Qué lee cada grupo sociodemográfico?

- **Sexo:** mujeres y varones tienen hábitos de lectura similares, excepto en deportes donde la diferencia de géneros es notoria, el 44% de los hombres lee esta sección, mientras que solo el 6% de las mujeres lo hace.

- **Edad:** la lectura del diario completo es un hábito que va disminuyendo con cada nueva generación. Entre los mayores de 41 años, casi un 60% mantiene ese hábito; mientras que entre los más jóvenes, apenas llega al 20%. La mayor intensidad de lectura por parte de los mayores se repite en varias secciones, con excepción de deportes y espectáculos, que concentran lectores más jóvenes. Por último, política nacional y policiales, dos secciones muy populares, tienden a ser parejas en las distintas edades.

- **Nivel socioeconómico:** las características socioeconómicas de los lectores son similares para todas las secciones, excepto en policiales, donde predominan lectores de sectores socioeconómicos bajos.

(1) Con menos de 2 % aparecen mencionadas publicidades, informática, medioambiente y otras.

- **Regiones:** las regiones tienen comportamientos similares, la variación entre máximos y mínimos no supera los 10 puntos, excepto en policiales (31 %: NOA 48% y GBA 8%) y avisos clasificados (18%: Patagonia 22% y GBA 4%).

SECCIONES DEL DIARIO MÁS LEÍDAS[1]. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001[2]	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lee todo o casi todo	44	47	48	45	20	31	44	57	60
Sólo títulos y fotos	-	12	14	10	17	14	12	8	13
Ninguna en especial	-	10	11	9	7	15	12	9	8
Política nacional	29	15	13	16	10	11	15	17	15
Internacionales	23	5	4	5	2	5	6	5	5
Economía y finanzas	17	6	4	7	3	5	7	7	4
Deportes	27	25	6	44	46	38	24	15	17
Avisos clasificados	29	9	10	9	4	17	12	9	5
Artículos de opinión	-	3	4	3	3	3	3	3	4
Espectáculos	29	5	8	3	12	7	5	3	3
Educación	36	3	5	2	3	3	4	3	2
Arte y cultura	29	7	8	5	4	7	9	6	7
Ciencia y tecnología	16	2	2	2	2	3	3	2	1
Salud	36	4	6	2	1	4	4	7	4
Turismo	18	3	4	2	3	5	3	2	3
Astrología	-	5	7	2	11	6	5	3	2
Policiales	38	19	19	18	16	22	21	18	15
Vida social	-	4	4	3	5	4	4	3	3
Historietas, chistes	27	5	5	5	18	6	2	3	3
Cocina	-	2	4	-	2	2	2	2	4

(1) Con menos de 2% aparecen mencionadas publicidades, informática, medioambiente y otras.
(2) En 2001 se consultó a población de 18 años y específicamente por cada sección; en 2011, en cambio, las respuestas fueron de tipo espontáneas.

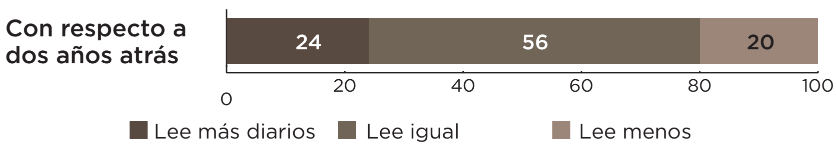
SECCIONES DEL DIARIO MÁS LEÍDAS[1]. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

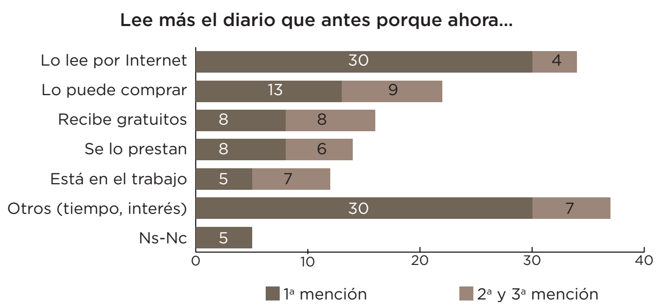
	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lee todo o casi todo	50	41	49	43	53	50	51	36	41
Sólo títulos y fotos	12	11	12	6	24	14	10	7	24
Ninguna en especial	13	12	8	10	5	10	12	3	25
Política nacional	15	19	11	18	14	13	13	15	15
Internacionales	7	6	2	5	6	5	3	5	7
Economía y finanzas	9	8	3	5	5	6	6	5	5
Deportes	23	28	23	29	24	23	18	28	19
Avisos clasificados	7	9	11	11	12	4	12	17	22
Artículos de opinión	3	4	3	4	5	2	3	4	3
Espectáculos	6	5	5	4	4	6	3	7	5
Educación	4	5	2	4	6	2	7	2	5
Arte y cultura	8	7	6	8	8	7	7	5	7
Ciencia y tecnología	4	2	1	2	2	2	3	2	3
Salud	6	4	4	6	5	3	6	3	8
Turismo	5	3	2	5	3	2	3	1	5
Astrología	3	5	5	5	7	3	6	6	10
Policiales	14	18	22	20	17	8	27	48	34
Vida social	4	4	4	5	7	2	4	4	5
Historietas, chistes	5	5	5	4	5	4	6	7	9
Cocina	2	1	4	2	5	1	4	2	5

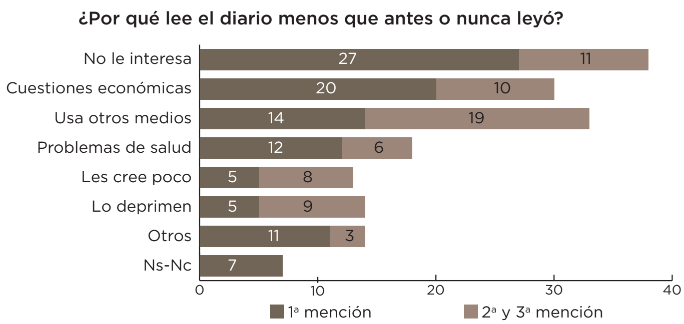
(1) Con menos de 2% aparecen mencionadas publicidades, informática, medioambiente y otras.

LEE EL DIARIO MÁS, IGUAL O MENOS QUE ANTES. MOTIVOS

LECTORES DE DIARIOS / LEE MÁS DIARIOS QUE ANTES / LEE MENOS DIARIOS QUE ANTES, 12 AÑOS Y MÁS







Respecto de 2 años atrás: en 2011, 1 de cada 4 personas lee más que hace 2 años. Un 56% no ha variado la intensidad de lectura, y un 20% lee menos. Las mujeres y varones sólo difieren en que un 4% más de mujeres manifiesta leer menos. Los jóvenes se incorporan con fuerza en la lectura de diarios, y los adultos mayores son quienes leen han abandonado la lectura respecto dos años atrás. La disminución de esta actividad es más alta en los estratos socioeconómicos bajos. En las regiones, el crecimiento de la lectura es parejo, aunque se destacan el NOA y el NEA.

¿Por qué leen más que hace 2 años los varones y los jóvenes (de hasta los 40 años)? Es posible conjeturar que la irrupción de Internet puede estar provocando un aumento en la lectura de diarios, dado que ambos grupos son también los predominantes en el uso de la red. El desarrollo igualador de la red choca, sin embargo, contra la barrera de la accesibilidad a los recursos, quedando su consumo en manos de los niveles superiores.

¿Por qué lee el diario menos que antes o nunca lo leyó? Es posible encontrar las razones en la edad avanzada, la salud y aspectos socioeconómicos, independientemente de la región observada. Los jóvenes manifiestan, además, muy poco interés en leer el diario.

LEE EL DIARIO MÁS, IGUAL O MENOS QUE ANTES. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS / LEE MÁS DIARIOS QUE ANTES / LEE MENOS DIARIOS QUE ANTES, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lee el diario menos que hace 2 años	29	20	22	18	15	10	20	17	30
Lee el diario igual hace 2 años	39	56	54	57	44	59	52	64	57
Lee el diario más que hace 2 años	32	24	24	25	41	31	28	20	13

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lee el diario menos que hace 2 años	12	18	25	17	13	25	22	16	12
Lee el diario igual hace 2 años	61	53	56	57	66	53	49	54	67
Lee el diario más que hace 2 años	28	29	19	27	21	22	29	30	22

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

MOTIVOS POR LOS QUE LEE MÁS EL DIARIO. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
1º mención	Los lee por Internet	-	30	26	35	20	39	41	28	11
	Recibe diarios gratuitos	-	8	10	6	9	3	5	16	8
	Ahora se lo prestan	-	8	10	7	9	14	5	6	11
	Ahora lo puede comprar	-	13	16	10	12	15	11	13	19
	Otros (tiempo e interés)	-	36	32	39	43	27	32	35	47
Totales	Los lee por Internet	-	34	30	39	23	45	48	30	11
	Recibe diarios gratuitos	-	16	17	15	12	9	16	23	22
	Ahora se lo prestan	-	14	19	10	14	23	8	14	18
	Ahora lo puede comprar	-	22	28	17	19	21	21	25	27
	Otros (tiempo e interés)	-	30	28	32	41	24	21	32	40

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
1º mención	Los lee por Internet	53	32	15	39	36	22	27	28	45
	Recibe diarios gratuitos	1	5	15	6	6	12	3	3	5
	Ahora se lo prestan	2	8	13	8	12	7	6	12	2
	Ahora lo puede comprar	8	11	21	16	22	6	30	14	17
	Otros (tiempo e interés)	29	39	35	26	21	47	34	36	25
Totales	Los lee por Internet	58	36	18	42	38	27	33	32	49
	Recibe diarios gratuitos	16	12	23	11	10	27	9	5	12
	Ahora se lo prestan	5	12	23	17	19	11	18	15	22
	Ahora lo puede comprar	20	20	30	26	27	18	38	16	24
	Otros (tiempo e interés)	26	33	28	20	16	43	23	33	19

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más, lo que limita la comparabilidad de los datos con el 2011.

MOTIVOS POR LOS QUE LEE MENOS EL DIARIO. COMPARATIVOS
LECTORES DE DIARIOS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
1ª mención	Por cuestiones económicas	36	20	20	19	8	11	22	17	28
	Porque no le interesa	14	27	24	31	50	30	21	27	18
	Por problemas de salud	13	12	14	9	-	-	2	13	29
	Se informa por otros medios	-	14	14	13	19	28	16	12	7
	Les cree poco/lo deprimen	8	10	11	9	9	15	14	10	7
Totales	Por cuestiones económicas	-	30	29	33	15	23	30	27	43
	Porque no le interesa	-	38	35	41	59	47	35	35	27
	Por problemas de salud	-	18	21	14	3	1	3	18	44
	Se informa por otros medios	-	33	31	35	38	52	35	29	25
	Les cree poco/lo deprimen	-	26	28	24	30	38	27	25	22

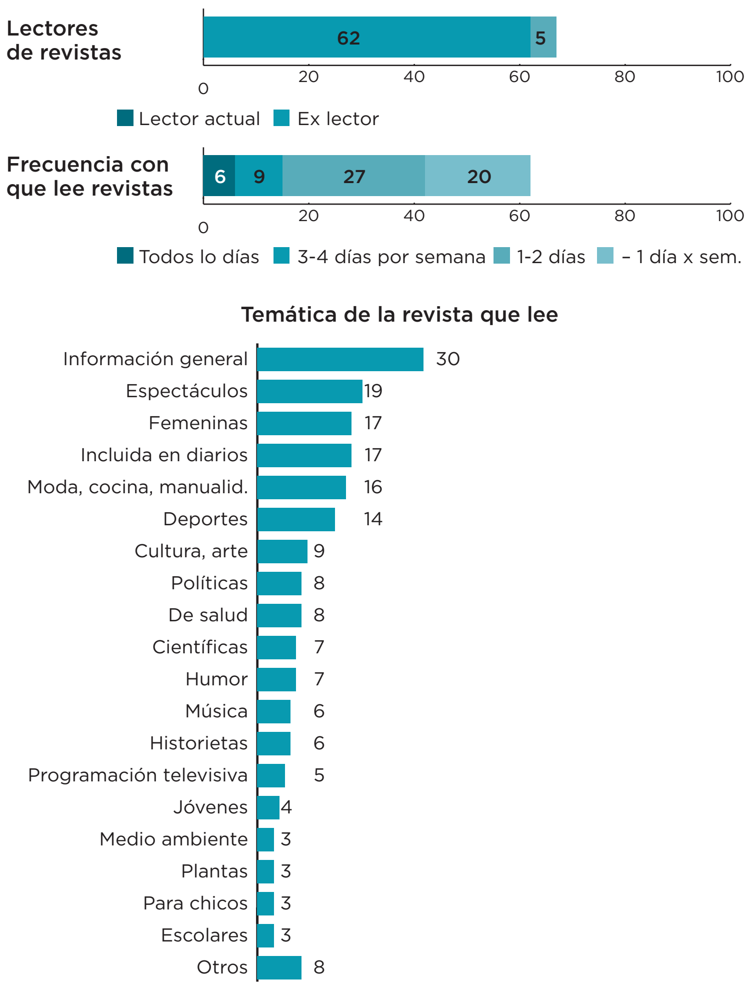
		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
1ª mención	Por cuestiones económicas	8	15	25	23	22	16	28	26	14
	Porque no le interesa	31	25	26	30	35	25	25	24	28
	Por problemas de salud	6	8	16	7	16	13	13	16	23
	Se informa por otros medios	26	19	9	11	9	15	20	18	9
	Les cree poco/lo deprimen	11	11	10	13	4	11	8	5	5
Totales	Por cuestiones económicas	16	21	40	30	32	29	39	37	28
	Porque no le interesa	42	36	36	45	45	35	33	28	39
	Por problemas de salud	10	9	26	14	21	19	21	20	33
	Se informa por otros medios	38	34	31	34	30	32	37	33	30
	Les cree poco/lo deprimen	26	29	25	34	25	23	28	16	32

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más. Incluían la opción de respuesta no tiene tiempo que fue mencionada por el 28% y no se puede concentrar, mencionada por el 2%.

LECTURA DE REVISTAS Y OTRAS PUBLICACIONES NO MASIVAS

INDICADORES GENERALES

LECTURA DE REVISTAS: FRECUENCIA Y TIPO DE REVISTA
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE REVISTAS, 12 AÑOS Y MÁS



Lectores de revistas: más de 6 de cada 10 personas leen revistas, las mujeres superan por 15 puntos a los varones (69% a 54%) y las edades de lectura son altas para todos los grupos, destacándose los adolescentes con 73%. En cuanto a la relación entre los niveles socioeconómicos y la lectura de revistas, no se observan grandes diferencias entre estratos. A nivel regional, Cuyo y Patagonia se encuentran por encima del 70%, mientras que en el GBA la lectura es del 57%.

Frecuencia con que lee revistas: la principal franja de lectura es la que consigna lecturas realizadas 1 o 2 días a la semana (con un 27%), seguida por quienes leen menos de 1 día por semana (con el 20%). Las personas que leen revistas todos los días representan tan sólo el 6%.

Temáticas de revistas leídas, en orden decreciente: información general 30%, espectáculos 19%, femeninas e incluidas en los diarios 17%. Esta tendencia confirmaría el predominio femenino en la lectura de revistas.

LECTORES DE REVISTAS Y FRECUENCIA DE LECTURA. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lectores de revistas	65	62	69	54	73	60	67	60	54
5-7 días por semana	5	6	6	5	7	3	6	5	7
3-4 días por semana	5	9	10	8	10	8	8	10	9
1-2 días por semana	11	27	29	25	32	29	31	24	22
- de 1 día/de vez en cuando	44	20	24	16	24	20	22	21	16

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lectores de revistas	65	66	60	66	71	57	64	67	70
5-7 días por semana	7	5	6	8	7	5	6	4	4
3-4 días por semana	12	7	9	11	6	9	9	6	11
1-2 días por semana	28	31	24	26	43	25	25	26	31
- de 1 día/de vez en cuando	18	23	21	21	15	18	24	31	24

(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más.

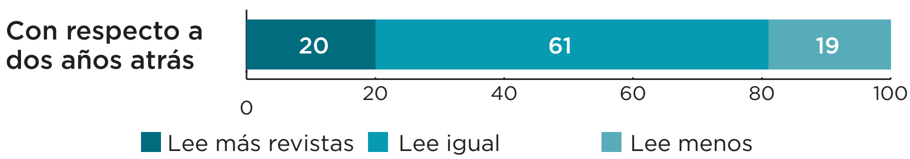
TIPOS DE REVISTAS LEÍDAS. COMPARATIVOS
LECTORES DE REVISTAS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Políticas		8	6	11	2	5	8	10	10
Científicas		7	4	11	3	6	10	10	4
Cultura, arte		9	9	10	6	7	12	9	10
Deportes		14	3	31	25	17	14	9	10
Humor		7	5	11	14	15	5	6	4
Femeninas		17	29	1	14	18	19	17	18
Información general		30	30	29	19	26	29	35	35
Programación televisiva		5	6	4	7	4	3	7	5
Espectáculos		19	24	13	17	28	23	18	13
Jóvenes		4	6	3	20	4	2	1	-
Música		6	5	7	14	9	6	2	1
Historietas		5	3	8	13	5	3	3	2
Moda, cocina, manualidades		16	24	4	13	12	15	19	17
Medio ambiente		3	3	3	2	1	2	3	4
Plantas		3	4	2	2	2	3	2	6
Incluidas en diarios		17	16	18	16	15	19	16	17
Para chicos		3	3	3	8	1	4	2	-
Escolares		3	3	3	4	2	4	1	1
De salud		8	10	5	4	9	8	7	12
Otras		15	13	17	9	17	19	15	11

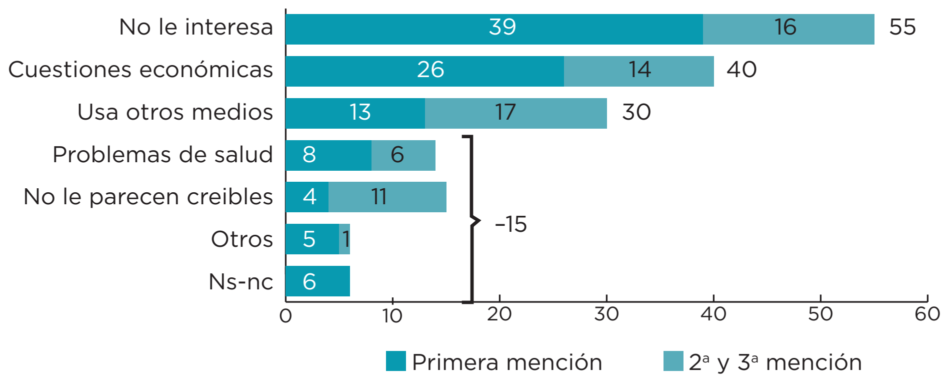
TIPO DE REVISTAS LEÍDAS. COMPARATIVOS
LECTORES DE REVISTAS, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Políticas	12	8	6	9	7	7	10	6	14
Científicas	13	7	3	7	5	7	8	8	10
Cultura, arte	14	11	6	11	16	7	11	7	11
Deportes	15	16	13	15	15	12	17	14	23
Humor	7	7	8	9	9	5	14	6	13
Femeninas	20	17	16	12	18	21	16	15	20
Información general	28	31	29	35	30	25	34	21	44
Programación televisiva	3	5	6	5	7	3	7	6	6
Espectáculos	13	20	22	19	17	17	25	29	19
Jóvenes	5	6	3	4	7	4	6	4	8
Música	7	8	4	6	7	4	9	4	13
Historietas	5	5	5	5	4	4	7	6	9
Moda, cocina, manualidades	15	15	16	16	18	14	21	15	20
Medio ambiente	3	3	2	4	2	2	4	2	6
Plantas	3	3	3	5	5	1	4	2	9
Incluidas en diarios	20	18	17	11	26	23	3	15	12
Para chicos	3	4	3	2	3	3	2	6	3
Escolares	3	3	2	2	4	2	6	4	4
De salud	8	9	8	9	8	6	14	8	14
Otras	18	16	13	16	12	12	21	15	20

LEE MÁS, MENOS O IGUAL CANTIDAD DE REVISTAS. MOTIVOS DE MENOR LECTURA
LECTORES DE REVISTAS / LEEN MENOS QUE ANTES, 12 AÑOS Y MÁS



Motivos por los que lee menos o nunca leyó revistas



Con respecto a 2 años atrás: los niveles de lectura de revistas siguen siendo elevados, solamente el 19% de las personas manifiesta leer menos que hace 2 años, frente al 81% que lee como antes o incluso más.

Motivos por los que lee menos o nunca leyó revistas: entre los principales motivos de disminución de lectura de revistas se encuentran la falta de interés, con un 55%, y las razones económicas, con un 40% de las menciones totales. Hay que destacar que actualmente, también se leen revistas por otros medios (30% de menciones), práctica que modificaría los patrones de lectura anteriores. Por último, el abandono de la lectura de revistas por problemas de salud aparece en un 14% de las menciones totales.

LEE MÁS, MENOS O IGUAL CANTIDAD DE REVISTAS. MOTIVOS DE MENOR LECTURA (TOTALES). COMPARATIVOS
LECTORES DE REVISTAS / EX LECTORES Y NO LECTORES DE REVISTAS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lee más que hace 2 años	15	20	20	19	33	25	20	15	10
Lee igual que hace 2 años	39	61	58	65	54	60	60	68	63
Lee menos que hace 2 años	46	19	22	16	14	15	20	17	27
Por cuestiones económicas	27	40	43	37	36	36	40	40	44
Porque no le interesa	24	55	48	62	59	53	55	63	48
Por problemas de salud	12	14	19	9	2	2	3	11	34
Se informa por otros medios	-	30	27	33	35	43	35	26	24
Porque no le parecen creíbles	-	15	15	16	14	19	15	15	16
Otros motivos	9	6	7	5	5	4	12	7	2

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lee más que hace 2 años	20	24	18	21	15	19	25	23	13
Lee igual que hace 2 años	69	60	58	60	74	60	51	59	71
Lee menos que hace 2 años	12	16	24	19	11	21	24	18	16
Por cuestiones económicas	26	35	50	40	39	41	47	37	32
Porque no le interesa	63	58	51	59	61	55	49	51	55
Por problemas de salud	8	4	22	11	17	15	15	14	17
Se informa por otros medios	43	34	25	31	31	30	34	22	40
Porque no le parecen creíbles	24	14	14	24	14	10	15	13	28
Otros motivos	8	7	5	7	7	5	6	9	2

(*) Los datos del 2001 corresponden a población de 18 años y más. Además incluían la opción de respuesta no tiene tiempo (29 %), son caras (15 %) y lo deprimen —las malas noticias— (2 %).

LECTURA DE OTRAS PUBLICACIONES (NO MASIVAS) Y TIPO DE PUBLICACIÓN
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS, 12 AÑOS Y MÁS



Lectores de otras publicaciones no masivas: el 32% de la población lee publicaciones no masivas; dentro de este porcentaje, las mujeres aventajan a los varones en 8 puntos (36% a 28%). El grupo etario de mayor consumo de estas publicaciones tiene entre 41 y 60 años. En cuanto a la evolución en el tiempo, este tipo de lecturas creció un 11% con relación al 2001, registrándose la máxima variación en las publicaciones *locales, barriales y/o regionales* que incrementaron 5 veces la cantidad de lectores. Su distribución de acuerdo con los niveles socioeconómicos y geográficos es bastante pareja, con una distancia entre los extremos de 7 y 8 puntos respectivamente, apenas por encima de los márgenes de error.

Temáticas de las publicaciones no masivas más leídas: las principales temáticas de lectura son las *locales y regionales* (36%), *las religiosas* (31%), y *las políticas y las gratuitas* (ambas con el 15%). La composición por género muestra que, exceptuando al rubro política, las mujeres encabezan todas las categorías. El consumo por nivel socioeconómico varía según la temática observada.

LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS Y TIPO DE PUBLICACIÓN. COMPARATIVOS

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES DE PUBLICACIONES NO MASIVAS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Lectores de public. no masiva	21	32	36	28	25	29	33	42	28
Políticas	4	15	12	19	12	20	12	17	12
Financieras	-	5	4	6	1	6	3	8	2
Técnico-científicas	9	6	5	8	1	8	9	8	4
Sobre deportes	5	9	4	15	18	15	4	8	8
Culturales	3	13	16	10	10	17	16	12	12
Locales, barriales, regionales	7	36	36	35	26	22	42	40	33
Religiosas	43	31	36	25	31	28	26	34	37
Institucionales	-	4	4	4	6	2	6	4	2
Publicaciones gratuitas	-	15	15	14	20	13	12	13	19

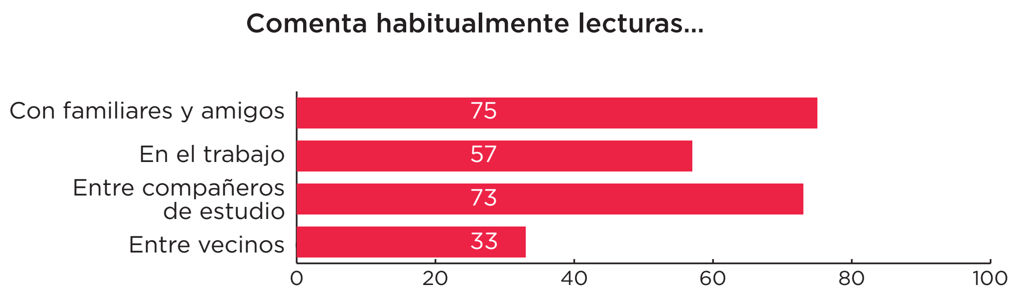
	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Lectores de public. no masiva	36	35	29	36	37	29	29	33	32
Políticas	17	17	12	20	11	9	29	14	22
Financieras	8	6	2	6	-	5	5	6	5
Técnico-científicas	15	5	3	8	6	6	13	3	6
Sobre deportes	8	12	6	11	7	6	18	6	5
Culturales	21	14	8	18	10	10	25	8	13
Locales, barriales, regionales	35	34	37	32	16	49	17	23	21
Religiosas	24	27	40	26	26	29	48	47	41
Institucionales	8	5	2	3	5	5	7	4	3
Publicaciones gratuitas	12	16	16	11	51	9	11	21	19

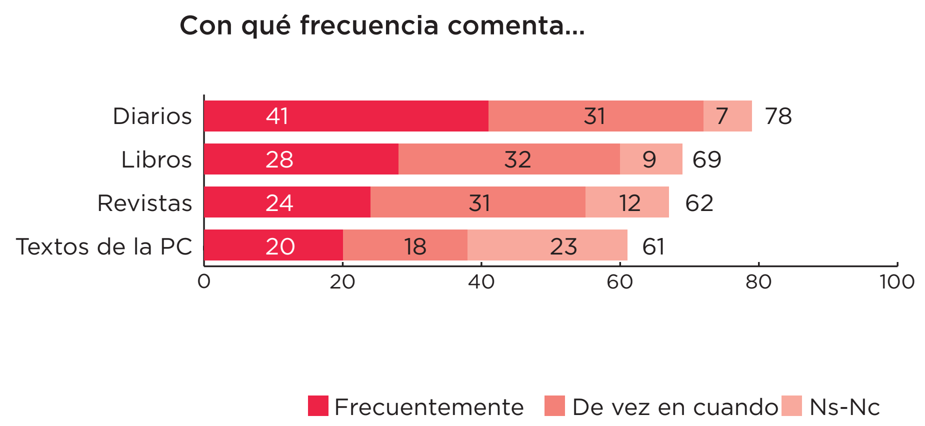
(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más. Además, la pregunta fue de respuesta simple, a diferencia de 2011 cuando se permitieron respuestas múltiples.

MEDIADORES Y LECTURA EN EL HOGAR

MEDIADORES Y COMENTARIO DE LECTURAS

PRÁCTICA DE COMENTAR LECTURAS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS





Comenta habitualmente lecturas. La práctica de comentar lecturas parece darse cotidianamente. Las principales compañías se encuentran en la familia y los amigos, con un 75%, y en los compañeros de estudio, en un 73%. Más de la mitad de los lectores comenta la lectura realizada en el ámbito laboral y un tercio con sus vecinos.

Respecto del sexo, la magnitud de estas prácticas varía según el formato y la persona con la que se comenta. El nivel socioeconómico alto y los grupos de mayor edad tienden a compartir más los comentarios sobre sus lecturas.

Con qué frecuencia comenta. Diarios y libros son los formatos de lectura que se comentan con mayor frecuencia, le siguen las revistas y luego los textos leídos en la PC.

Para el caso de los diarios, se presenta una frecuencia de más del 70% tanto entre mujeres como en hombres. Esta práctica se destaca entre los grupos adultos y los sectores socioeconómicos alto y medio. Por su parte, las mujeres y los adolescentes encabezan la lista de quienes comparten comentarios de libros. Finalmente, estas prácticas son más frecuentes en niveles socioeconómicos altos, extendiéndose, incluso, a las lecturas realizadas en la PC.

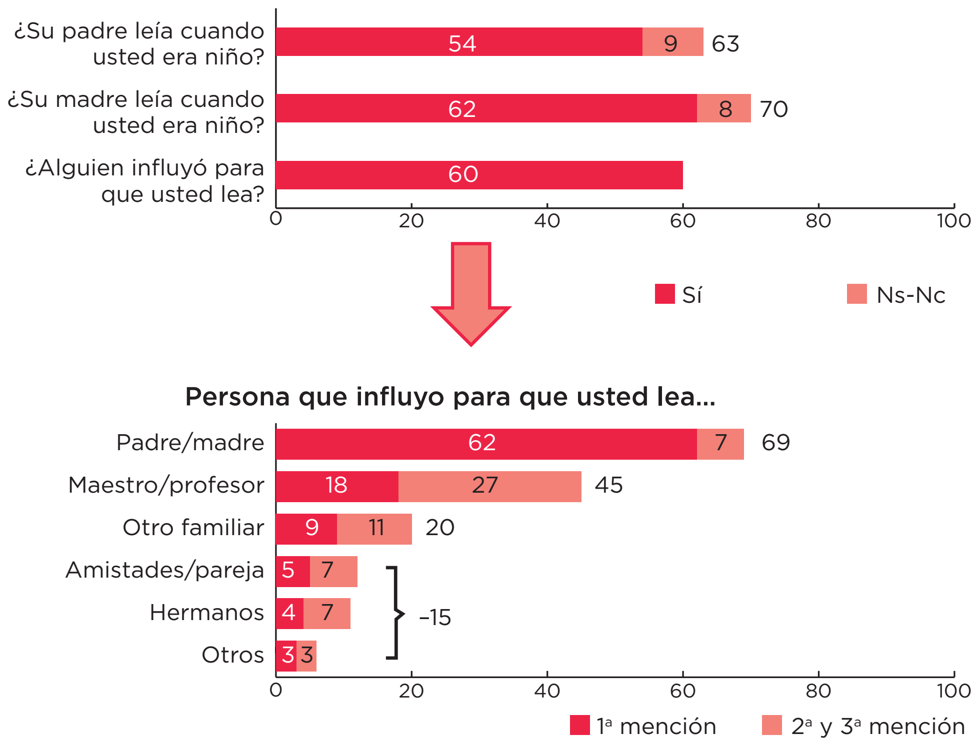
MEDIADORES DE LECTURA. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Comenta con fliares. y amigos	-	75	77	72	69	72	79	79	70
Comenta en su trabajo	-	57	49	63	30	58	61	60	44
Entre compañeros de estudio	-	73	75	70	88	73	63	61	40
Comenta entre vecinos	-	33	35	31	27	27	29	38	38
Comentan diarios que leen[1]	-	72	71	74	55	74	77	81	69
Comentan libros que leen[1]	-	60	64	56	78	59	63	62	45
Comentan revistas que leen[1]	-	55	61	49	60	53	60	56	47
Comentan textos de la PC[1]	-	38	36	40	63	58	45	33	9

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Comenta con fliares. y amigos	84	79	68	75	79	72	76	80	79
Comenta en su trabajo	67	60	49	58	62	57	54	53	57
Con compañeros de estudio	79	73	67	73	73	75	72	70	65
Comenta entre vecinos	30	34	34	36	39	30	35	33	24
Comentan diarios que leen[1]	81	78	66	73	78	69	74	78	81
Comentan libros que leen[1]	78	68	48	58	56	62	64	56	62
Comentan revistas que leen[1]	61	60	51	51	63	54	57	57	67
Comentan textos de la PC[1]	65	49	19	41	42	33	45	35	49

(1) Estos indicadores surgen de sumar los resultados de las opciones de respuesta *comenta frecuentemente* y *comenta de vez en cuando*.

PERSONAS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN, 12 AÑOS Y MÁS



Lectores influenciados por alguien: los resultados de la encuesta muestran que la mayor parte de los lectores activos ha recibido estímulos, principalmente de los padres, seguido por los maestros y, luego, otros familiares.

En cuanto al comportamiento de las familias respecto de la lectura por edades, se observa que las generaciones más jóvenes cuentan con mayores estímulos que las mayores. Lo mismo sucede con los niveles socioeconómicos más altos; en este caso, la variación entre niveles llega a los 20 puntos de diferencia, en promedio.

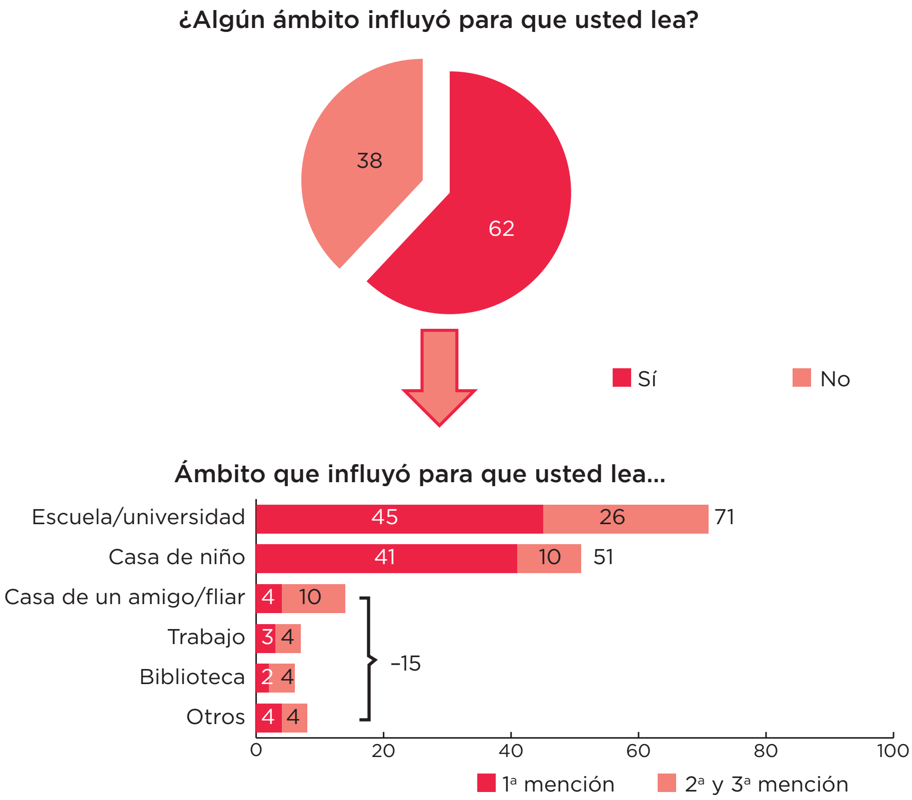
PERSONAS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA (MENCIONES TOTALES). COMPARATIVOS

TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Su padre leía...	-	54	52	56	53	55	55	56	50
Su madre leía...	-	62	61	64	69	69	65	62	52
Alguien influyó en su lectura...	-	60	62	57	69	68	59	59	51
Padre/madre	-	68	69	68	74	66	64	68	71
Hermanos	-	11	12	11	15	9	9	11	14
Otro familiar	-	20	21	20	24	19	21	23	15
Amistades/pareja	-	12	11	12	6	9	17	16	7
Maestro/profesor	-	45	44	46	53	49	42	43	39

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Su padre leía...	64	56	47	53	58	54	49	56	54
Su madre leía...	76	65	54	63	69	60	66	65	61
Alguien influyó en su lectura...	75	63	52	61	65	60	53	56	51
Padre/madre	75	67	65	72	67	68	66	58	76
Hermanos	12	12	11	13	8	12	9	8	13
Otro familiar	20	20	20	19	12	23	15	14	35
Amistades/pareja	12	13	10	12	9	11	11	11	23
Maestro/profesor	46	46	45	47	66	39	51	41	50

ÁMBITOS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGÚN ÁMBITO. 12 AÑOS Y MÁS



¿Algún ámbito en particular influyó para que lean? El 62% reconoce algún ámbito institucional, familiar o de otro tipo, como influencia para la iniciación o profundización de la lectura.

Los ámbitos educativos, desde la escuela hasta la universidad, son los principales espacios de influencia, que acumulan el 71% de las menciones totales. En tanto, el hogar de crianza figura en segundo lugar, con algo más del 50% de las menciones. El resto de los ámbitos son muy poco mencionados.

ÁMBITOS QUE INFLUYERON EN LA LECTURA (MENCIONES TOTALES). COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN / LECTORES INFLUENCIADOS POR ALGUIEN. 12 AÑOS Y MÁS

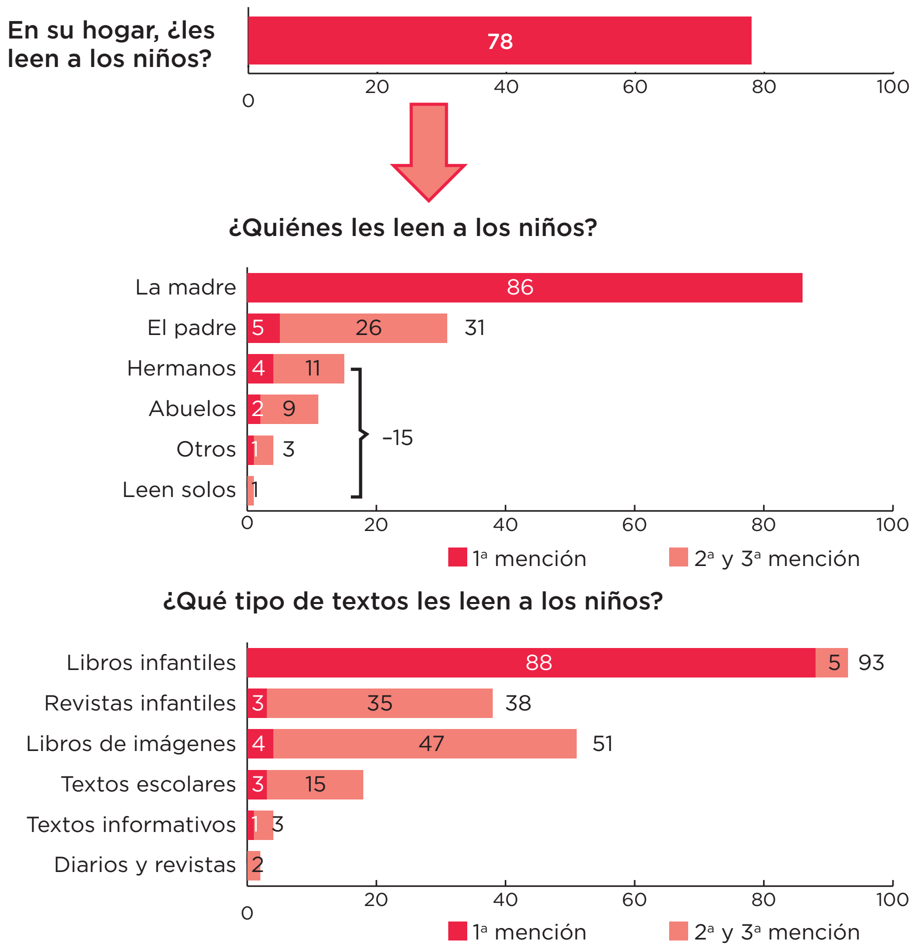
	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Algún ámbito influyó...?	-	62	63	61	69	67	66	62	53
Casa de niño	-	51	51	51	51	52	48	53	51
Casa de amigo o familiar	-	14	15	14	12	12	13	19	14
Escuela/universidad	-	71	71	70	77	72	70	70	67
Biblioteca	-	6	8	5	8	5	6	8	5
Trabajo	-	7	5	10	0	10	8	9	6
Otros	-	8	10	8	4	6	9	10	12

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Algún ámbito influyó...?	75	65	55	67	67	62	59	50	56
Casa de niño	59	50	48	54	53	49	53	41	54
Casa de amigo o familiar	15	16	13	16	7	16	13	7	14
Escuela/universidad	76	73	67	72	83	65	74	68	87
Biblioteca	9	5	5	10	2	3	10	6	13
Trabajo	8	7	7	12	5	4	9	3	12
Otros	5	8	11	9	3	9	7	10	15

MEDIADORES Y LECTURA EN EL HOGAR
LECTURA A NIÑOS EN EL HOGAR

LECTURA A NIÑOS EN EL HOGAR

HOGARES DONDE HABITAN NIÑOS DE 6 AÑOS O MENOS[1], ENTREVISTADOS DE 12 AÑOS Y MÁS



Lectura a niños en el hogar: en casi 8 de cada 10 hogares donde habitan niños de 6 años o menos, se desarrolla el hábito de leerles a los niños.

¿Quiénes les leen a los niños? La madre es el componente familiar que se destaca, alcanzando el 86% de los casos; los padres lo hacen en un 31% de las menciones y la lista sigue, en orden decreciente con los hermanos mayores y los abuelos.

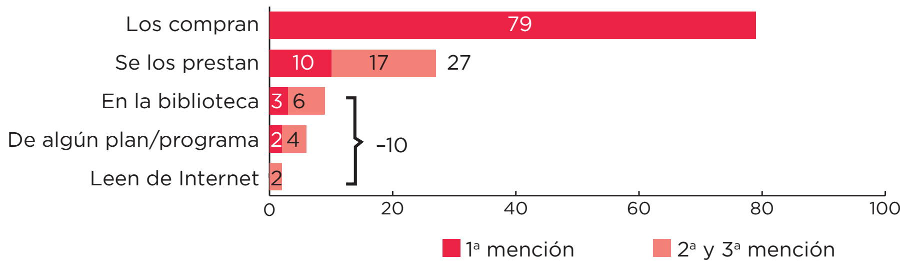
¿Qué tipo de textos les leen a los niños?: La literatura infantil en formato libro domina las menciones sobre tipos de texto utilizados, con el 93% de las menciones totales. Los libros con imágenes acumulan el 51% de las menciones y las revistas infantiles, el 38%.

(1) Los hogares con niños de 6 años o menos alcanzaron un total de 645 casos, lo que impide realizar aperturas de información con márgenes de error razonables en el conjunto de indicadores referidos sólo a esta población.

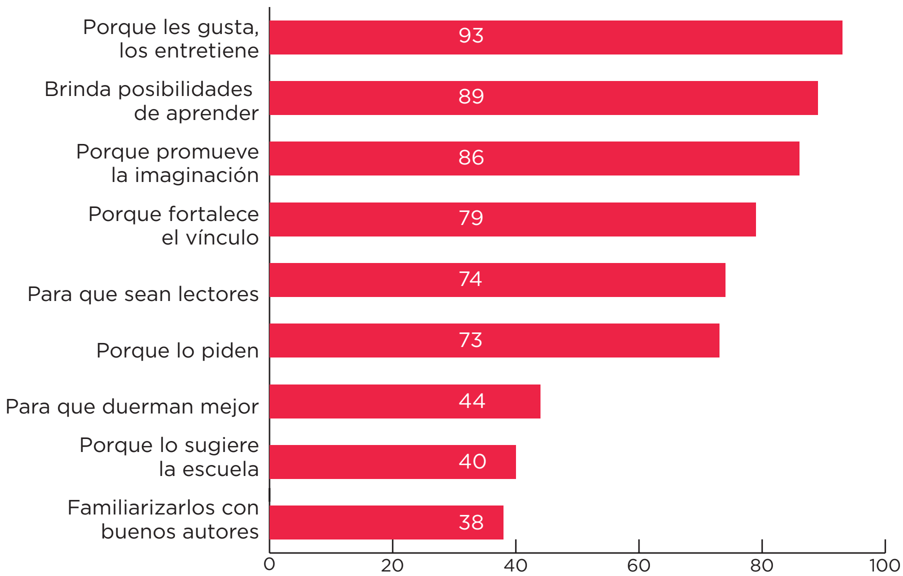
LECTURA A NIÑOS EN EL HOGAR

HOGARES DONDE HABITAN NIÑOS DE 6 AÑOS O MENOS[1], ENTREVISTADOS DE 12 AÑOS Y MÁS

¿Cómo acceden a los libros de niños?



Motivos para leer a los niños



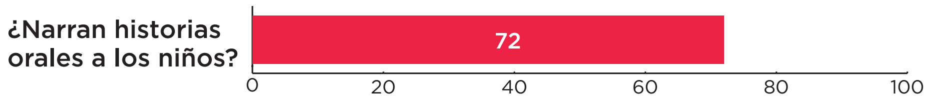
¿Cómo acceden los niños a los libros? La compra de libros por parte de alguna persona mayor es la principal forma de acceso a los libros que tienen los niños, con un acumulado del 79% de las menciones totales; siguen los préstamos con un 27% y luego la concurrencia a la biblioteca, con cerca del 10%.

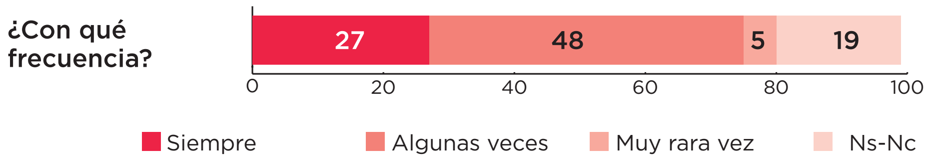
Motivos para leer a los niños: el placer y entretenimiento son la principal motivación para la lectura a los niños, con un 93% de las menciones. En segunda y tercera instancia aparecen, con más del 85%, el brindar posibilidades de aprendizaje y desarrollo de la imaginación. Luego, en una franja de más del 70% figuran el fortalecimiento de vínculos familiares, la formación de futuros lectores y el propio requerimiento de los niños.

(1) Los hogares con niños de 6 años o menos alcanzaron un total de 645 casos, lo que impide realizar aperturas de información con márgenes de error razonables en el conjunto de indicadores referidos sólo a esta población.

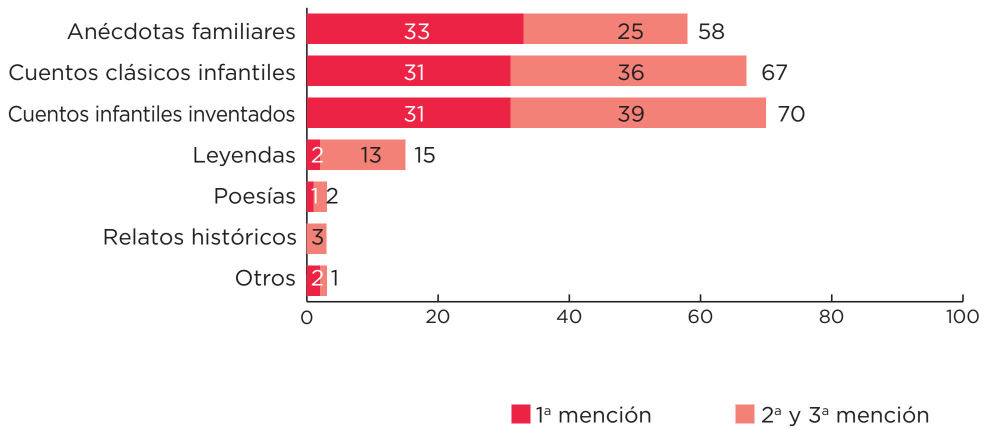
NARRACIÓN A NIÑOS EN EL HOGAR

HOGARES DONDE HABITAN NIÑOS DE 6 AÑOS O MENOS[1], ENTREVISTADOS DE 12 AÑOS Y MÁS





¿Qué cuentos les narran a los niños?



¿Narran historias orales a los niños? La narración de historias a los niños es una actividad que se realiza en 7 de cada 10 hogares en los que viven niños menores de 6 años. La mayoría de ellos lo hace, además, bastante frecuentemente (*siempre o algunas veces*), valores que superan los dos tercios del total.

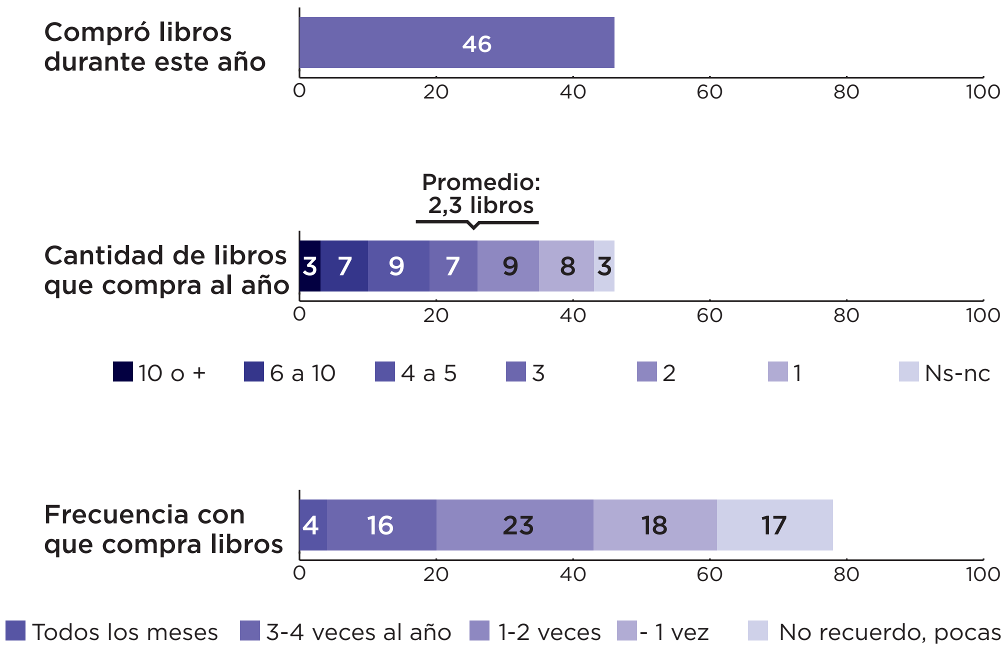
¿Qué cuentos les narran a los niños? Las narraciones orales van desde las historias o cuentos inventados para los niños, con el 70% de las menciones totales; pasando por los cuentos clásicos infantiles, con el 67% de las menciones totales; hasta las anécdotas familiares con el 55% de las menciones totales.

(1) Los hogares con niños de 6 años o menos alcanzaron un total de 645 casos, lo que impide realizar aperturas de información con márgenes de error razonables en el conjunto de indicadores referidos sólo a esta población.

LIBRERÍAS

COMPRA DE LIBROS

CANTIDAD Y FRECUENCIA DE COMPRA DE LIBROS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Compró libros durante el último año. Durante el último año, el 46% de los lectores compró libros, lo que demuestra un incremento del 15% con respecto a 2001. Además, las mujeres aventajan en 10 puntos a los varones en la compra de libros. Respecto del comportamiento por edades, las personas mayores de 61 años muestran los porcentajes más bajos de compra; y los sectores altos y medios superan ampliamente al nivel socioeconómico bajo. En tanto la distribución geográfica es pareja entre las regiones, con una distancia aproximada de 7 puntos.

Cantidad de libros que compran al año: en promedio, los lectores compran 2,3 libros al año. El 26% compra 3 libros o más, el 11% compra 1 o 2, y hay un 3% que no sabe. La diferencia de compra entre los niveles socioeconómicos alto y bajo es de más de tres veces.

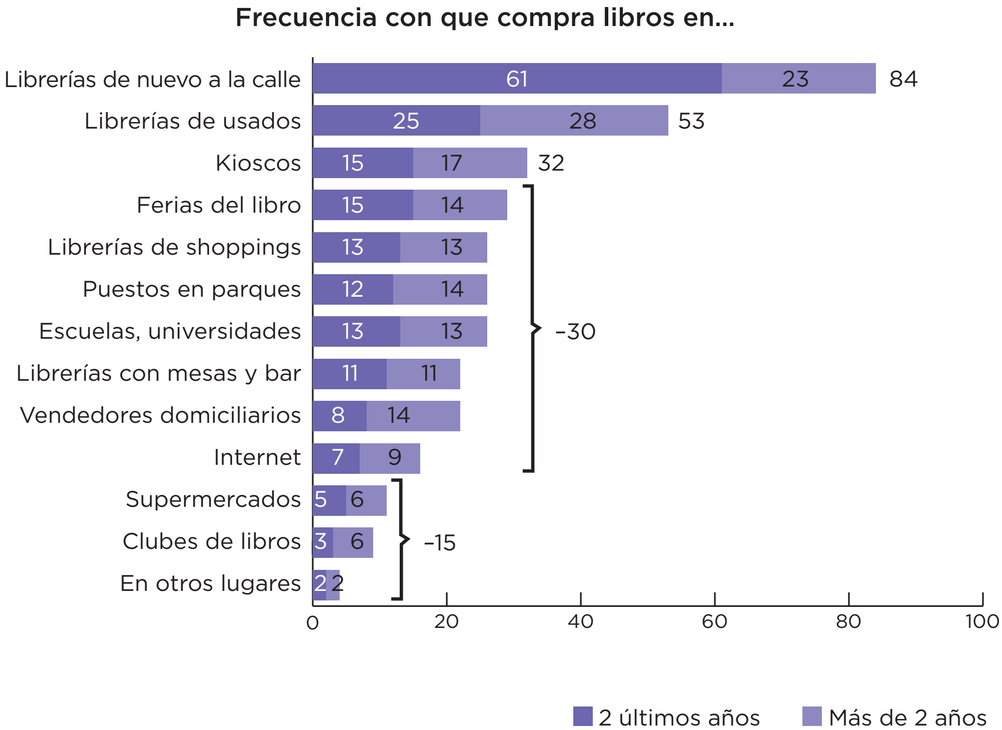
Frecuencia con que compra libros: la compra de libros se presenta en una frecuencia que casi podría dividirse en 3 grupos. Quienes compran entre 3 y 12 veces en un año, con un acumulado del 20%; los que compran 1 o 2 veces al año, con un 23%; y quienes lo hacen menos de una vez al año o no recuerdan hacerlo, con un 35%. Los indicadores más altos por grupos se encuentran entre las mujeres, en el nivel socioeconómico alto.

CANTIDAD Y FRECUENCIA DE COMPRA DE LIBROS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Cantidad	Compró libros el último año	40	46	50	41	58	43	57	50	25
	Prom. anual compra de libros	-	2,3	2,5	2,2	2,6	1,7	3,3	2,7	1,1
	Más de 10 libros al año	7	4	3	4	2	1	7	4	1
	Entre 5 y 10 libros al año	10	12	13	10	13	11	14	13	7
	Entre 3 y 4 libros al año	23	12	14	10	18	13	14	13	5
	Entre 1 y 2 libros al año		18	19	18	23	17	21	19	11
Frecuencia	Compra todos los meses	-	4	5	3	3	3	4	5	3
	Compra 3 o 4 veces al año	-	16	18	14	16	15	19	19	9
	Compra 1 o 2 veces al año	-	23	24	23	29	23	31	21	14
	Menos de 1 vez al año	-	18	17	18	13	18	19	19	17
	No recuerda, pocas veces	-	17	18	17	11	16	11	16	30

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Cantidad	Compró libros el último año	66	56	31	46	43	47	44	42	49
	Promedio de libros comprados	4,5	2,6	1,3	2,5	1,8	2,5	1,7	1,6	2,8
	Más de 10 libros al año	9	3	2	4	2	4	2	2	3
	Entre 5 y 10 libros al año	19	16	5	10	11	14	7	9	9
	Entre 3 y 4 libros al año	19	14	8	13	11	12	11	11	16
	Entre 1 y 2 libros al año	19	22	15	19	18	17	23	19	19
Frecuencia	Compra todos los meses	8	4	2	6	3	3	2	3	5
	Compra 3 o 4 veces al año	30	19	8	16	13	18	13	7	13
	Compra 1 o 2 veces al año	25	30	18	20	21	25	25	26	22
	Menos de 1 vez al año	17	18	18	20	19	17	17	15	15
	No recuerda, pocas veces	11	12	24	17	20	16	19	19	20

LUGARES DE COMPRA DE LIBROS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES), 12 AÑOS Y MÁS



Frecuencia con que compra libros en... Las librerías son el principal lugar donde se compran libros. Si se suman quienes compraron en los últimos 2 años y quienes compraron hace más tiempo, las principales librerías elegidas son las de nuevos a la calle, que concentran el 84% de los compradores. Siguen las *librerías de usados*, con el 53% de las menciones; las *librerías ubicadas en los shoppings*, con 26%; y las *librerías-bar*, con el 22%.

Entre los lugares no tradicionales de venta se encuentran los *kioscos*, con un 32% de las menciones totales; las *ferias del libro*, con el 29%; y la *compra por Internet* y en *supermercados*, con 16% y 11% respectivamente.

Perfiles. Mujeres y varones se comportan de manera similar. Los niveles socioeconómicos alto y medio compran más libros que los sectores bajos en todas las categorías, con variaciones que superan el 10%. En cuanto a las regiones, en general se observan comportamientos similares, excepto para algunas regiones en las que categorías como *shoppings, kioscos* o *ferias del libro* presentan valores inferiores. Esto podría deberse a la ausencia o escasez de este tipo de comercios en esas regiones.

LUGARES DE COMPRA DE LIBROS, ÚLTIMOS 2 AÑOS. COMPARATIVOS

COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES), 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Librerías de nuevos a la calle	65	61	63	60	69	65	70	64	42
Librerías de usados		25	25	26	30	29	25	31	16
Librerías con mesas y bar	6	11	11	10	10	11	10	13	8
Librerías de shoppings	10	13	13	12	14	15	13	13	10
En kioscos	8	15	14	15	15	15	16	17	10
En puestos de parques	7	12	12	11	12	15	13	15	4
En supermercados	6	5	4	6	6	11	7	3	1
Por internet	1	7	7	6	9	7	9	4	5
A vendedores domiciliarios	8	8	8	8	11	5	11	8	3
En escuelas o universidades	-	13	14	12	27	22	16	8	2
En ferias del libro	7	15	14	15	23	16	16	16	7

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Librerías de nuevos a la calle	72	68	51	53	61	68	58	60	54
Librerías de usados	34	28	19	19	25	33	10	20	19
Librerías con mesas y bar	19	12	6	13	3	11	5	9	9
Librerías de shoppings	24	14	6	15	12	13	7	4	24
En kioscos	18	18	11	20	13	13	13	8	15
En puestos de parques	13	14	9	5	2	19	5	6	7
En supermercados	9	7	1	6	4	5	4	3	6
Por internet	10	8	4	9	9	5	6	5	10
A vendedores domiciliarios	7	8	8	8	6	5	25	10	12
En escuelas o universidades	18	15	9	12	13	13	21	13	10
En ferias del libro	23	18	8	17	8	17	11	7	12

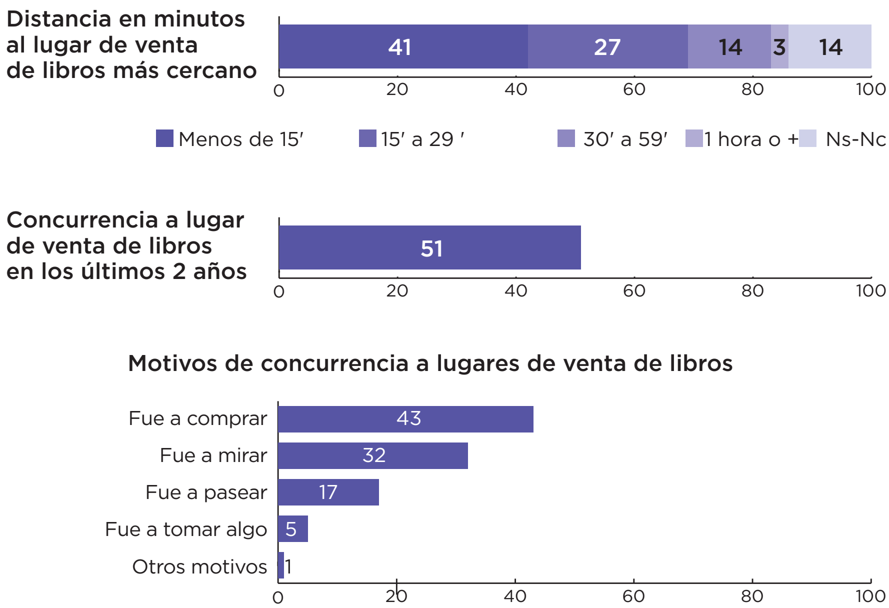
LUGARES DE COMPRA DE LIBROS (TOTALES). COMPARATIVOS

COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES), 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Librerías de nuevos a la calle	88	84	85	83	83	84	88	86	80
Librerías de usados		54	53	55	47	58	56	57	49
Librerías con mesas y bar	13	22	23	20	17	27	21	25	18
Librerías de shoppings	30	26	26	25	22	28	27	27	22
En kioscos	22	32	30	34	27	28	32	35	32
En puestos de parques	21	25	25	26	20	29	29	28	19
En supermercados	16	10	9	12	10	16	13	9	5
Por Internet	4	16	17	14	19	16	17	16	11
A vendedores domiciliarios	24	21	22	21	19	22	24	24	16
En escuelas o universidades	-	26	26	26	37	42	32	20	11
En ferias del libro	29	29	29	29	33	32	30	32	21

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Librerías de nuevos a la calle	90	88	78	81	84	88	76	86	72
Librerías de usados	58	58	47	51	51	62	26	45	43
Librerías con mesas y bar	33	26	11	23	11	25	12	11	25
Librerías de shoppings	40	28	15	24	20	30	14	7	45
En kioscos	41	35	25	39	26	32	19	16	44
En puestos de parques	27	30	19	19	7	37	14	9	18
En supermercados	17	14	4	10	7	12	8	5	16
Por Internet	23	17	11	19	17	14	13	8	28
A vendedores domiciliarios	25	26	16	22	16	17	51	19	27
En escuelas o universidades	34	31	17	23	24	28	33	23	24
En ferias del libro	39	37	17	32	16	34	19	11	25

DISTANCIA Y CONCURRENCIA A LUGARES DE VENTA DE LIBROS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES) / COMPRAN MENOS / NUNCA COMPRÓ LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS



Distancia en minutos al lugar de venta de libros más cercano. La mayoría de los compradores de libros se encuentra relativamente cerca de algún lugar de venta de libros: el 68% se encuentra a 30 minutos o menos y el 41% dice estar a menos de 15 minutos. Estos valores son aún mayores en el GBA y empeoran algo para los habitantes de la región patagónica.

Concurrencia a lugar de venta de libros en últimos 2 años: más de la mitad de la población sostiene haber concurrido a un lugar de venta de libros en los últimos 2 años.

Motivos de concurrencia a lugares de venta de libros: entre quienes concurrieron a lugares de venta de libros, el primer motivo fue comprar, con un 43% de menciones; mientras que a mirar fue un 32% y a pasear, un 17%.

Segmentos: se observa que las mujeres encabezan la concurrencia y los diferentes tipos de motivos. La intensidad de las respuestas decrece abruptamente en la población de más de 61 años de edad. El nivel económico mantiene el mismo comportamiento en todo el estudio, siendo más fuertes los indicadores de los niveles superiores y presentándose diferencias muy leves entre las regiones con un rango de variación de apenas 8 puntos.

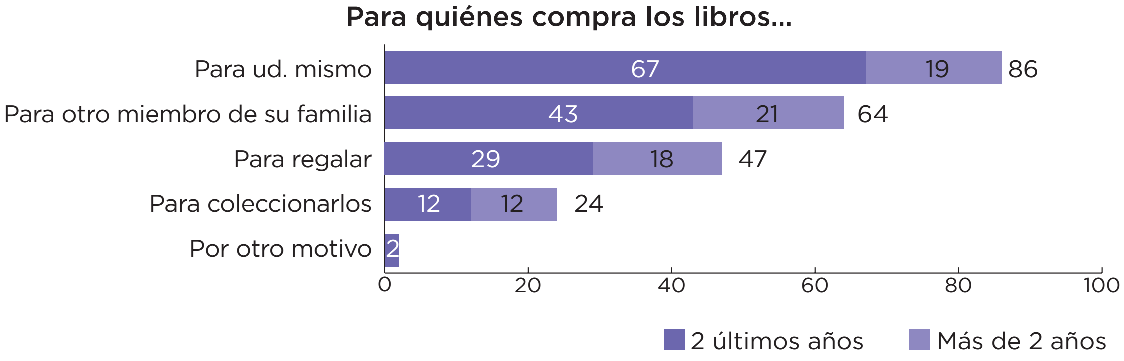
MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA MENOS LIBROS QUE ANTES. COMPARATIVOS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES) / COMPRAN MENOS QUE ANTES, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Tiempo	1 hora o +	-	3	3	3	3	2	5	3	1
Tiempo	30 a 59 minutos	-	14	15	14	18	19	15	12	11
Tiempo	15 a 29 minutos	-	27	28	27	28	27	29	29	23
Tiempo	Menos de 15 minutos	-	41	41	42	38	38	42	45	40
Tiempo	No sabe/no contesta	-	14	14	15	13	14	9	11	24
Fue en los últimos 2 años		-	51	54	47	56	52	62	55	31
Motivo de concurrencia	Fue a comprar	-	43	46	39	48	43	52	48	25
Motivo de concurrencia	Fue a mirar	-	32	34	29	30	37	39	36	19
Motivo de concurrencia	Fue a pasear	-	17	19	15	20	14	20	22	10
Motivo de concurrencia	Fue a tomar algo	-	5	5	4	4	4	5	8	2

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Tiempo	1 hora o +	1	2	4	4	1	2	4	3	6
Tiempo	30 a 59 minutos	11	16	15	17	17	9	23	24	20
Tiempo	15 a 29 minutos	24	30	27	25	43	24	30	41	22
Tiempo	Menos de 15 minutos	58	43	33	43	29	48	28	25	34
Tiempo	No sabe/no contesta	7	8	22	11	11	18	16	7	17
Fue en los últimos 2 años		69	63	36	51	45	52	50	48	53
Motivo de concurrencia	Fue a comprar	61	54	28	41	38	45	43	39	42
Motivo de concurrencia	Fue a mirar	47	40	21	33	21	34	34	26	29
Motivo de concurrencia	Fue a pasear	23	21	12	17	9	20	14	12	13
Motivo de concurrencia	Fue a tomar algo	6	6	3	6	2	5	2	5	2

(*) En 2001 la población encuestada fue de 18 años y más. Por otra parte, se incluyó la opción de respuesta *son caros*, que obtuvo el 39 % de menciones.

PARA QUIÉNES COMPRA LIBROS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES), 12 AÑOS Y MÁS



Para quiénes compra los libros: la mayoría de las personas compra libros para sí (86% de las menciones totales). En segundo lugar, se compran libros para otros miembros de la familia (64%) y para regalar (47%). Por último, un 24% compra libros para coleccionar.

Perfiles: los hombres suelen comprar más libros para sí mismos, mientras que las mujeres compran para otros miembros de su familia.

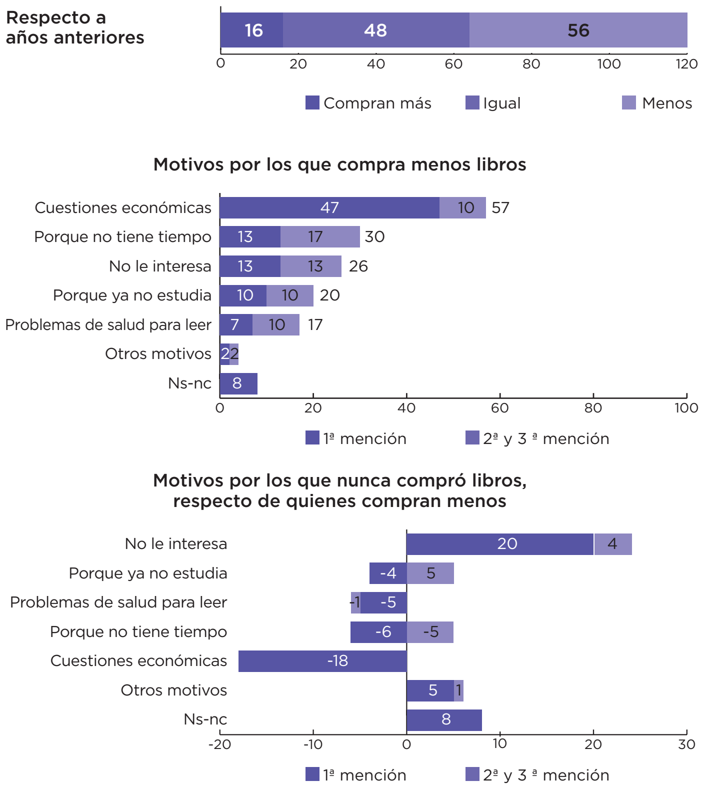
Los más jóvenes compran más libros para sí mismos y, a medida que se incrementa la edad, crece la compra para regalar. El GBA aparece con los niveles más altos de compra en las principales categorías, en tanto el NOA posee los registros más bajos.

MOTIVOS DE COMPRA DE LIBROS, ÚLTIMOS 2 AÑOS. COMPARATIVOS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES), 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
2 años	Compra para usted	-	67	65	70	82	75	68	70	51
	Para otro miembro de su flia.	-	43	47	39	26	31	62	51	29
	Para regalar	-	29	29	29	16	19	35	35	27
	Para coleccionar	-	12	12	12	17	9	15	14	7
+ de 2 años	Compra para usted	-	19	19	18	7	12	17	17	32
	Para otro miembro de su flia.	-	21	19	23	16	16	15	23	32
	Para regalar	-	18	18	19	10	18	14	17	29
	Para coleccionar	-	12	12	12	6	11	11	10	17

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
2 años	Compra para usted	81	73	55	67	59	71	69	54	61
	Para otro miembro de su flia.	57	48	35	37	29	52	35	37	43
	Para regalar	43	33	19	29	16	34	14	18	28
	Para coleccionar	19	12	9	13	6	13	14	10	12
+ de 2 años	Compra para usted	13	16	23	20	21	18	17	20	17
	Para otro miembro de su flia.	18	19	22	22	22	21	20	17	21
	Para regalar	18	18	18	19	13	21	9	11	17
	Para coleccionar	14	13	9	10	6	16	6	6	9

COMPRA MÁS, MENOS O IGUAL CANTIDAD DE LIBROS QUE EN AÑOS ANTERIORES
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES) / COMPRAN MENOS / NUNCA COMPRÓ LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS



Respecto de años anteriores: casi la mitad de los encuestados dice comprar igual cantidad de libros que años anteriores, en tanto un 36% compra menos y un 14% adquiere más. Entre los compradores destacan las mujeres, los jóvenes y la población de alto nivel socioeconómico, en tanto que las diferencias por regiones son bajas.

Motivos por los que compra menos libros: entre los principales motivos por los cuales se compran menos libros aparecen, primero, el *argumento económico*, con un 57% de las menciones totales; segundo, la *falta de tiempo para la lectura*, que alcanza el 27% de las menciones y la *falta de interés* un 26%. Por último, cierran la grilla la *finalización de los estudios* (20%) y los *problemas de vista* (17%).

Los que *nunca compraron* libros respecto de quienes *compraron menos*: la *falta de tiempo o dinero* parece ser un motivo que impacta negativamente en la compra de libros entre quienes ya han sido consumidores y, en cambio, la *falta de interés* parece ser el umbral que separa a quienes nunca compraron libros respecto del resto.

Esta explicación surge de las menciones a la *falta de interés*, que se menciona un 24% más entre quienes nunca compraron libros respecto de quienes compran menos. Entre estos últimos, en cambio, la *falta de tiempo* se esgrime un 11% más y las *cuestiones económicas*, un 18%.

COMPRA MÁS, MENOS O IGUAL CANTIDAD DE LIBROS QUE EN AÑOS ANTERIORES. COMPARATIVOS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES), 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Compra más libros	-	14	14	13	27	19	18	10	3
Compra igual	-	48	50	46	51	46	54	52	37
Compra menos libros	-	36	34	39	21	34	28	36	55

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Compra más libros	21	17	8	16	11	12	16	18	13
Compra igual	51	54	41	48	54	48	44	46	54
Compra menos libros	27	29	47	35	33	38	40	33	30

MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA MENOS LIBROS QUE ANTES. COMPARATIVOS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES) / COMPRAN MENOS QUE ANTES, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
1ª Mención	Por cuestiones económicas	-	47	48	46	42	36	50	53	45
	Porque no le interesa	-	13	10	16	24	8	16	10	12
	Por problemas de salud	-	7	10	5	-	-	-	5	18
	Porque ya no estudia	-	10	7	13	5	29	13	4	7
	Porque no tiene tiempo	-	13	13	13	13	12	15	18	9
Totales	Por cuestiones económicas	51	57	57	56	56	42	61	62	55
	Porque no le interesa	8	26	23	28	35	24	28	18	28
	Por problemas de salud	2	17	19	16	3	-	1	14	39
	Porque ya no estudia	4	20	16	24	10	38	32	15	12
	Porque no tiene tiempo	14	30	31	30	21	35	35	39	23

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
1ª Mención	Por cuestiones económicas	36	49	50	47	47	47	48	51	29
	Porque no le interesa	14	10	14	16	20	10	11	12	27
	Por problemas de salud	3	7	10	5	7	9	6	8	10
	Porque ya no estudia	14	13	7	11	9	8	20	8	15
	Porque no tiene tiempo	22	12	11	16	12	14	7	5	12
Totales	Por cuestiones económicas	45	58	61	61	59	55	56	56	40
	Porque no le interesa	26	20	27	32	28	22	22	18	41
	Por problemas de salud	7	11	24	14	17	21	15	13	16
	Porque ya no estudia	29	21	16	24	23	14	33	15	45
	Porque no tiene tiempo	42	34	26	34	30	30	27	19	38

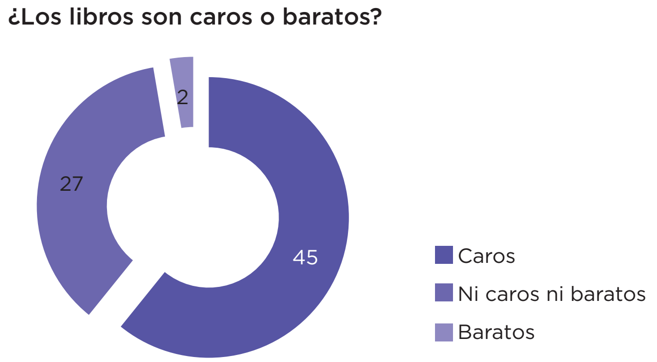
(*) En 2001 la población encuestada fue de 18 años y más. Por otra parte, se incluyó la opción de respuesta *son caros*, que obtuvo el 39 % de las menciones.

MOTIVOS POR LOS QUE NUNCA COMPRA LIBROS. COMPARATIVOS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES) / NUNCA COMPRÓ LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
1ª Mención	Por cuestiones económicas		29	37	23	39	31	24	30	23
	Porque no le interesa		33	26	38	18	43	42	27	37
	Por problemas de salud		2	4	2	-	-	1	3	6
	Porque ya no estudia		6	6	6	1	8	7	10	5
	Porque no tiene tiempo		8	6	10	3	1	14	14	7
Totales	Por cuestiones económicas		39	47	33	42	40	40	40	34
	Porque no le interesa		50	41	56	29	59	59	43	57
	Por problemas de salud		11	17	7	4	1	4	13	25
	Porque ya no estudia		21	18	23	7	32	31	24	15
	Porque no tiene tiempo		19	18	20	7	12	35	26	16

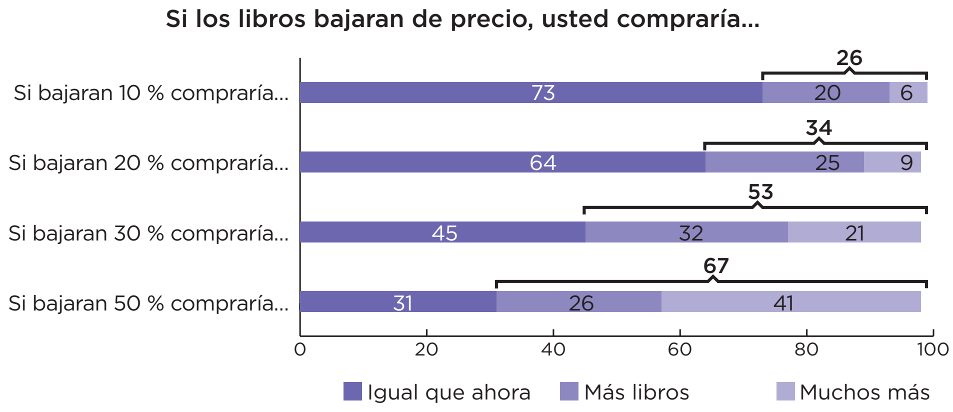
		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
1ª Mención	Por cuestiones económicas	21	34	28	41	35	17	39	25	32
	Porque no le interesa	23	33	35	33	29	38	27	29	31
	Por problemas de salud	-	1	3	3	4	-	5	5	4
	Porque ya no estudia	10	6	5	6	5	5	9	3	11
	Porque no tiene tiempo	25	2	9	10	2	10	5	6	4
Totales	Por cuestiones económicas	28	40	40	53	48	28	49	28	38
	Porque no le interesa	44	47	50	61	42	51	35	34	53
	Por problemas de salud	5	5	14	21	10	4	10	12	11
	Porque ya no estudia	14	17	23	20	24	20	27	14	34
	Porque no tiene tiempo	38	17	18	21	18	17	26	13	24

PERCEPCIÓN DEL PRECIOS DE LOS LIBROS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



¿Los libros son caros o baratos? Son un poco más quienes consideran que los libros son caros. En efecto, el 45% opina así, frente a un 27% que considera que no son ni caros ni baratos. Sólo el 2% afirma que son baratos.

PERCEPCIÓN DEL PRECIOS DE LOS LIBROS. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Si los libros bajaran de precio, ¿usted compraría? El libro aparece considerado como un bien relativamente elástico al precio, es decir, que las cantidades vendidas crecerían a medida que disminuye el precio. En concreto, un 26% dice que compraría más libros si el precio bajase un 10%, el 34% compraría si rebajara un 20%, el 53% lo haría si bajase un 30% y el 67% dice que compraría más o mucho más si los libros bajaran un 50%.

PERCEPCIÓN DEL PRECIO DE LOS LIBROS. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

		EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
		*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Los libros son caros		54	45	49	41	40	46	46	46	46
No son ni caros ni baratos		34	27	26	30	25	31	30	33	20
Los libros son baratos		10	2	1	2	3	4	1	1	1
No sabe-no contesta		2	26	24	27	32	19	23	20	33
Si los precios de los libros bajaran...	10 %: compraría igual	-	73	70	75	73	71	70	72	77
	10 %: compraría más	-	20	22	17	18	24	20	22	16
	10 %: comp. mucho más	-	6	6	6	8	4	8	5	3
	20 %: compraría igual	-	64	61	67	63	61	61	63	71
	20 %: compraría más	-	25	28	22	22	31	27	26	20
	20 %: comp. mucho más	-	9	9	8	14	7	11	9	5
	30 %: compraría igual	-	45	41	49	44	44	38	42	56
	30 %: compraría más	-	32	35	30	31	35	35	35	26
	30 %: comp. mucho más	-	21	23	18	24	19	25	21	15
	50 %: compraría igual	-	31	27	35	35	30	24	29	40
	50 %: compraría más	-	26	27	26	22	24	30	25	28
	50 %: comp. mucho más	-	41	45	36	42	44	45	45	29

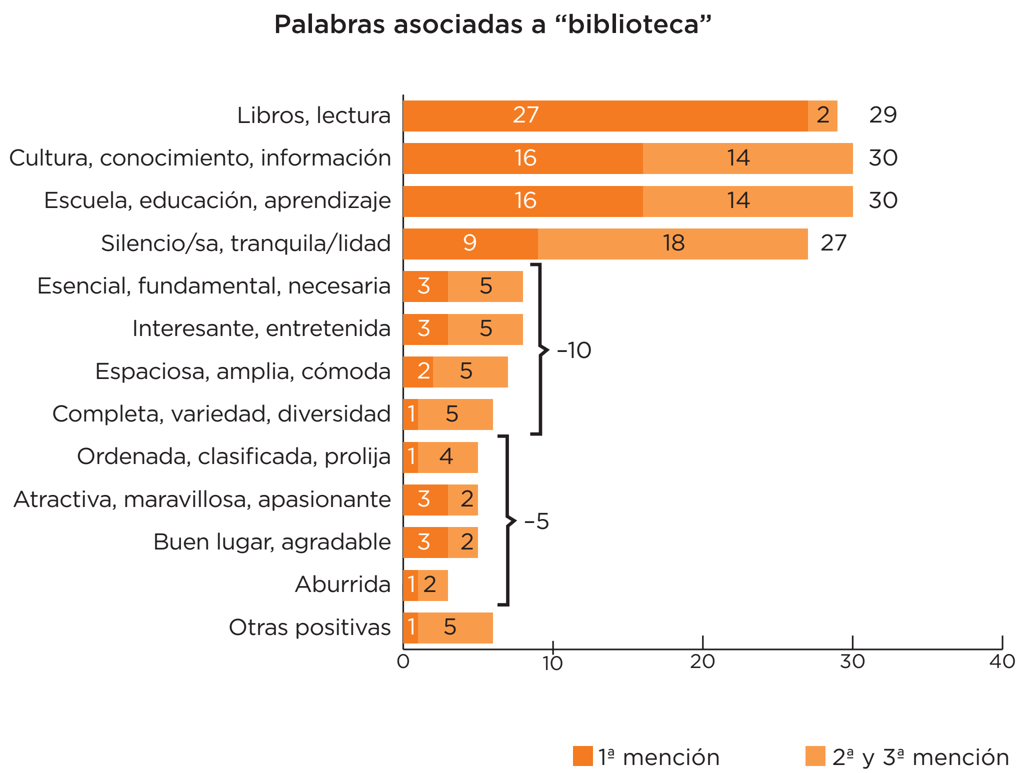
MOTIVOS POR LOS QUE NUNCA COMPRA LIBROS. COMPARATIVOS
COMPRADORES DE LIBROS (FRECUENTES O EVENTUALES) / NUNCA COMPRÓ LIBROS, 12 AÑOS Y MÁS

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
		Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Los libros son caros		39	46	48	48	53	39	64	44	55
No son ni caros ni baratos		38	30	21	29	28	26	26	30	24
Los libros son baratos		2	2	2	2	2	2	1	3	1
No sabe-no contesta		21	22	29	21	18	33	9	24	21
Si los precios de los libros bajaran...	10 %: compraría igual	70	69	76	69	73	76	72	67	71
	10 %: compraría más	22	22	16	24	19	16	22	20	20
	10 %: comp. mucho más	7	7	5	6	8	5	6	8	2
	20 %: compraría igual	57	59	71	59	66	69	62	58	62
	20 %: compraría más	33	28	20	31	22	21	29	26	23
	20 %: comp. mucho más	9	11	7	10	10	8	9	12	8
	30 %: compraría igual	37	35	53	43	50	45	43	46	43
	30 %: compraría más	38	37	28	32	27	34	36	28	30
	30 %: comp. mucho más	25	25	16	24	22	18	22	22	22
	50 %: compraría igual	26	25	37	29	28	33	27	35	29
	50 %: compraría más	23	26	29	21	27	32	22	23	20
	50 %: comp. mucho más	50	48	32	49	44	33	51	38	48

BIBLIOTECAS Y FERIAS DEL LIBRO

INDICADORES GENERALES

IMAGEN DE BIBLIOTECAS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Palabras asociadas a *biblioteca*. Las bibliotecas son asociadas en primer lugar con *los libros y la lectura*, en un 27% de primeras menciones y en un 2% de segundas y terceras menciones. También cerca del 30% las asocia con la cultura, *el conocimiento o la información* y con *la escuela, la educación o el aprendizaje*, pero con menos primeras menciones.

Asociación positiva. Las bibliotecas siempre son buenas. Un dato a destacar es la asociación de la biblioteca con palabras positivas o favorables respecto de sus prestaciones, funciones o contenido. Sólo el 3% de los encuestados atribuyen a estas instituciones la condición de *aburridas*.

IMAGEN DE BIBLIOTECAS[1], PRIMERA MENCIÓN. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Libros, lectura	-	27	28	27	42	26	25	23	26
Escuelas, educación, aprendizaje	-	16	15	17	11	18	18	19	14
Cultura, conocimiento, información	-	16	16	17	9	13	18	19	18
Interesante, entretenido	-	3	4	2	3	4	3	4	2
Atractiva, maravillosa, apasionante	-	2	3	2	3	1	2	2	3
Silencio/sa, tranquila/lidad	-	9	10	9	11	13	11	9	6
Espaciosa, amplia, cómoda	-	2	2	2	3	2	2	1	1
Ordenada, clasificada, prolija	-	1	-	1	1	-	1	1	1
Completa, variedad, diversidad	-	1	1	1	1	1	1	1	-
Esencial, fundamental, necesaria	-	3	4	2	2	2	2	3	5
Aburrida	-	1	1	1	2	3	1	-	-

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Libros, lectura	23	27	30	27	20	34	15	12	21
Escuelas, educación, aprendizaje	17	15	16	19	23	15	10	12	19
Cultura, conocimiento, información	25	19	11	21	14	15	11	14	13
Interesante, entretenido	4	3	3	4	3	2	3	5	5
Atractiva, maravillosa, apasionante	2	3	2	2	2	2	3	5	1
Silencio/sa, tranquila/lidad	12	10	8	12	13	6	22	12	9
Espaciosa, amplia, cómoda	2	2	2	1	6	1	7	3	2
Ordenada, clasificada, prolija	1	1	1	1	1	-	3	-	1
Completa, variedad, diversidad	1	1	1	1	1	-	2	1	2
Esencial, fundamental, necesaria	3	4	2	2	2	3	2	4	3
Aburrida	1	1	1	1	1	1	3	2	2

(1) Se presentan sólo las menciones con valores mayores a 2%. Existe una cantidad considerable de palabras con menciones menores a 2%.

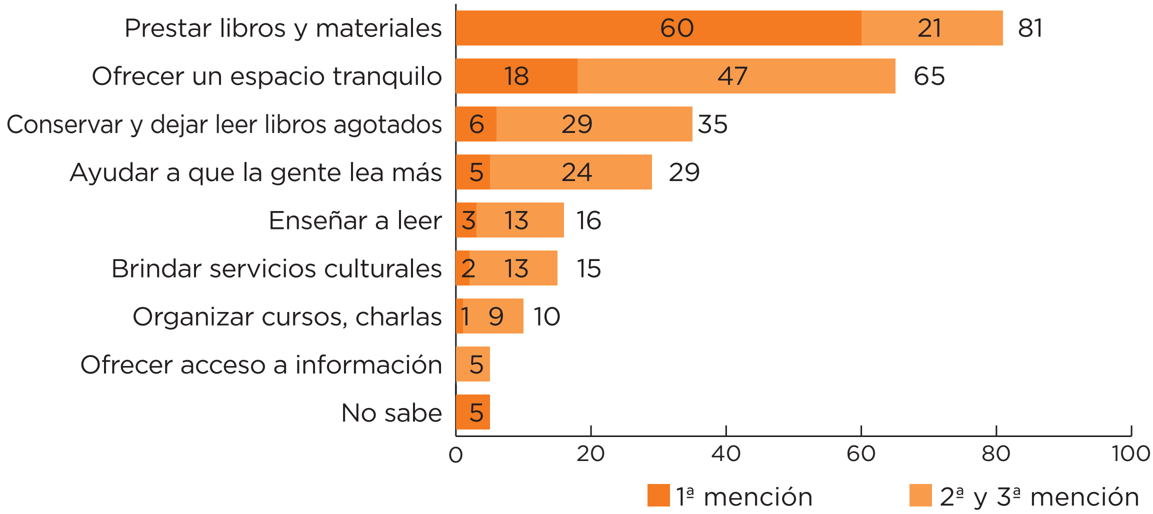
IMAGEN DE BIBLIOTECAS[1], MENCIONES TOTALES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Libros, lectura	-	29	30	29	45	29	28	24	28
Escuelas, educación, aprendizaje	-	30	28	31	29	35	30	31	25
Cultura, conocimiento, información	-	30	30	30	21	27	33	33	30
Interesante, entretenido	-	8	11	5	8	10	9	9	5
Atractiva, maravillosa, apasionante	-	4	6	3	5	2	3	4	6
Silencio/sa, tranquila/lidad	-	27	27	27	29	32	32	26	21
Espaciosa, amplia, cómoda	-	7	8	6	13	10	6	5	5
Ordenada, clasificada, prolija	-	5	4	6	4	4	5	6	5
Completa, variedad, diversidad	-	6	6	6	4	8	7	5	7
Esencial, fundamental, necesaria	-	8	8	7	5	6	8	9	8
Aburrida	-								

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Libros, lectura	24	29	33	28	31	35	19	15	22
Escuelas, educación, aprendizaje	28	29	31	32	46	29	21	22	28
Cultura, conocimiento, información	42	33	24	41	31	26	22	24	24
Interesante, entretenido	10	10	6	11	9	5	9	10	12
Atractiva, maravillosa, apasionante	3	5	4	5	4	3	5	7	3
Silencio/sa, tranquila/lidad	32	31	24	33	32	22	39	23	28
Espaciosa, amplia, cómoda	8	9	6	8	12	4	22	9	8
Ordenada, clasificada, prolija	7	5	4	6	7	3	16	3	3
Completa, variedad, diversidad	8	8	4	8	4	5	9	7	8
Esencial, fundamental, necesaria	8	9	6	7	6	7	6	8	16
Aburrida									

(1) Se presentan sólo las menciones con valores mayores a 2%. Existe una cantidad considerable de palabras con menciones menores a 2%.

FUNCIÓN DE BIBLIOTECAS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Función atribuida a las bibliotecas: la principal función atribuida a las bibliotecas consiste en *prestar libros y materiales*, con un 81% de menciones (60% de primera mención). En segundo lugar, *ofrecer un espacio tranquilo*, con un 65% de menciones. Y por debajo del 35% de menciones, figuran *conservar y dejar leer libros agotados*, y *ayudar a que la gente lea más*, con un 35% y un 29% respectivamente.

Perfiles. Las respuestas por género, edad y nivel socioeconómico no presentan variaciones relevantes. Entre las regiones, la distancia más importante es de 13 puntos (entre Cuyo, con 70% y GBA, con 57%).

FUNCIÓN DE BIBLIOTECAS, PRIMERA MENCIÓN. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Prestar libros y materiales	-	60	59	61	65	60	56	57	64
Ofrecer un espacio tranquilo	-	18	20	17	20	20	21	17	15
Conservar y dejar leer libros agotados	-	6	6	6	4	6	7	7	4
Brindar servicios culturales	-	2	2	1	1	2	2	2	1
Organizar cursos, charlas	-	1	1	1	-	1	1	1	2
Ofrecer acceso a información	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ayudar a que la gente lea más	-	5	5	6	5	4	6	7	4
Enseñar a leer	-	3	3	2	2	1	3	4	2
No sabe	-	5	4	6	3	7	3	5	8

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Prestar libros y materiales	60	59	61	60	70	57	66	59	65
Ofrecer un espacio tranquilo	17	21	17	19	14	20	14	19	14
Conservar y dejar leer libros agotados	10	6	5	4	5	9	3	2	5
Brindar servicios culturales	2	2	1	1	3	1	2	1	1
Organizar cursos, charlas	2	1	1	2	-	1	1	-	1
Ofrecer acceso a información	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Ayudar a que la gente lea más	6	5	5	7	3	4	6	7	6
Enseñar a leer	1	3	3	3	1	2	5	4	3
No sabe	2	4	7	4	3	6	3	7	5

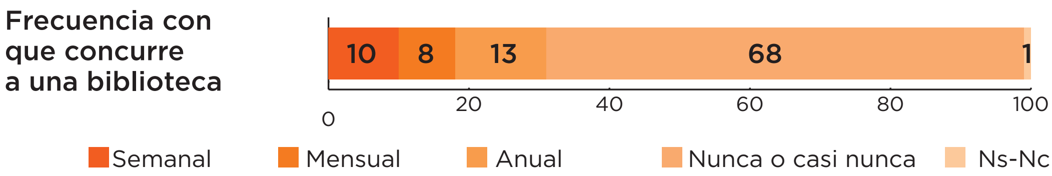
FUNCIÓN DE BIBLIOTECAS, MENCIONES TOTALES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Prestar libros y materiales	-	81	82	79	84	79	79	78	83
Ofrecer un espacio tranquilo	-	65	66	63	69	65	66	63	62
Conservar y dejar leer libros agotados	-	35	36	34	27	33	36	40	36
Brindar servicios culturales	-	15	15	15	16	20	17	15	10
Organizar cursos, charlas	-	10	10	9	8	10	10	10	9
Ofrecer acceso a información	-	5	5	5	8	9	7	4	2
Ayudar a que la gente lea más	-	29	29	29	28	24	32	29	30
Enseñar a leer	-	16	16	15	19	14	13	19	13
No sabe	-	5	4	6	3	7	3	5	8

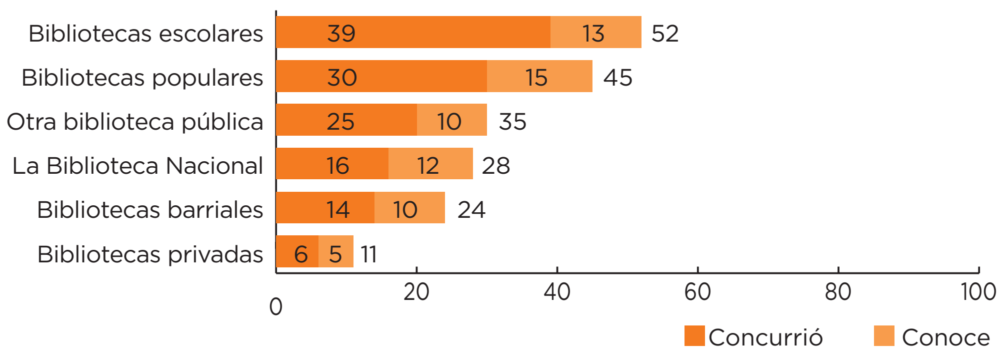
	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Prestar libros y materiales	86	78	81	80	83	83	79	75	75
Ofrecer un espacio tranquilo	66	69	63	61	58	68	61	64	69
Conservar y dejar leer libros agotados	47	39	30	35	33	39	28	24	32
Brindar servicios culturales	17	18	12	15	19	14	15	11	29
Organizar cursos, charlas	10	10	9	18	6	5	7	9	10
Ofrecer acceso a información	4	8	4	6	6	4	8	5	5
Ayudar a que la gente lea más	30	27	30	34	25	25	31	37	28
Enseñar a leer	12	15	16	20	11	12	20	21	15
No sabe	2	4	7	4	3	6	3	7	5

CONOCIMIENTO Y CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS





Conocimiento y concurrencia a bibliotecas



Conoce la ubicación de, al menos, una biblioteca. Más de 7 de cada 10 personas conocen la ubicación de una biblioteca. De esas personas, el 10% concurre a una biblioteca de manera semanal, el 8% de forma mensual y el 13% de modo anual. En total, el 31% ha concurrido al menos una vez por año a una biblioteca.

Conocimiento y concurrencia a bibliotecas. Las bibliotecas más concurridas son también las más conocidas. En primer término se encuentran las *bibliotecas escolares* con un 39% de concurrencia y un 52% de conocimiento; seguida por las *bibliotecas populares*, con 30% y 45%, *otros tipos de bibliotecas públicas* con un 25% y 35%; y la *Biblioteca Nacional*, que cuenta con un 16% y 28% respectivamente. Cierran la grilla las *bibliotecas barriales* y las *bibliotecas privadas*.

CONOCIMIENTO DE BIBLIOTECAS. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Conoce ubicación de alguna biblioteca	-	73	76	70	81	77	77	75	60
Conoce alguna biblioteca popular	-	45	47	43	33	49	51	50	39
Conoce alguna biblioteca escolar	-	52	56	48	77	66	54	51	30
Conoce la Biblioteca Nacional	-	28	27	29	15	27	34	34	24
Conoce otra biblioteca pública	-	35	37	34	27	41	39	38	32
Conoce alguna biblioteca barrial	-	24	25	22	20	25	25	28	19
Conoce alguna biblioteca privada	-	11	12	10	8	14	12	13	11

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Conoce ubicación de alguna biblioteca	89	82	60	77	81	66	81	76	85
Conoce alguna biblioteca popular	59	53	34	54	54	33	55	51	74
Conoce alguna biblioteca escolar	69	59	41	63	47	41	67	58	62
Conoce la Biblioteca Nacional	48	33	17	28	24	33	16	15	22
Conoce otra biblioteca pública	54	42	25	42	46	31	35	26	42
Conoce alguna biblioteca barrial	33	29	16	26	14	25	18	16	34
Conoce alguna biblioteca privada	21	13	6	16	11	10	10	7	7

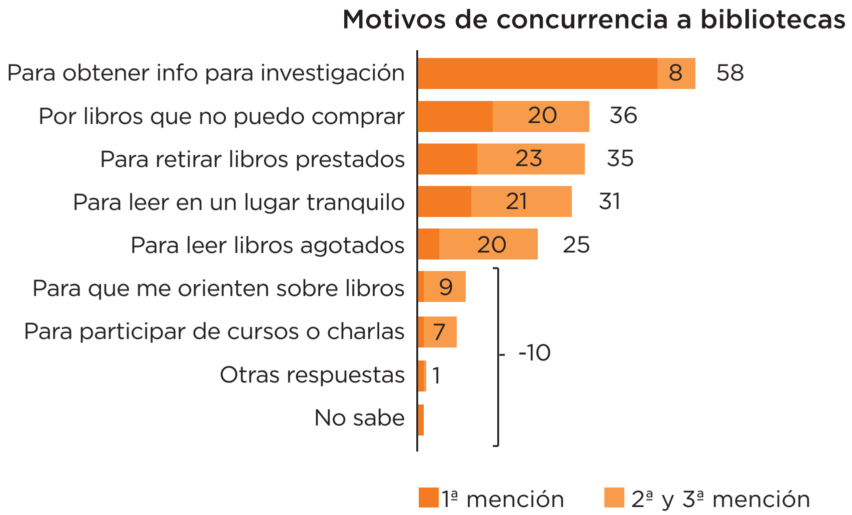
CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS / CONOCEDORES DE BIBLIOTECAS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Concurre semanalmente	8	10	11	9	32	14	8	5	-
Concurre mensualmente	9	8	8	8	17	10	7	4	4
Concurre anualmente	11	13	13	14	16	13	12	18	8
Concurrió a alguna biblioteca popular		30	30	29	22	38	35	33	20
Concurrió a alguna biblioteca escolar		39	42	36	69	53	40	34	19
Concurrió a la Biblioteca Nacional		16	16	16	7	20	20	19	12
Concurrió a otra biblioteca pública		25	25	24	17	29	28	28	20
Concurrió a alguna biblioteca barrial		14	15	14	15	16	14	18	10
Concurrió a alguna biblioteca privada		6	6	6	2	7	7	8	5

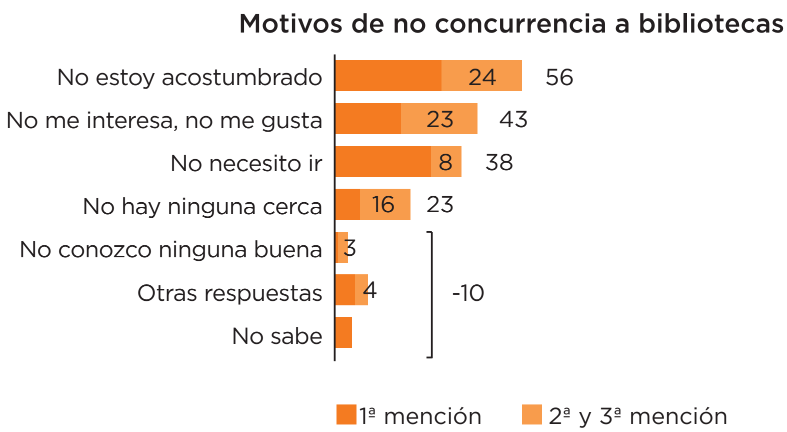
	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Concurre semanalmente	12	11	9	8	9	10	18	17	9
Concurre mensualmente	11	9	5	10	8	5	12	7	11
Concurre anualmente	13	15	10	16	14	13	9	11	12
Concurrió a alguna biblioteca popular	45	37	19	36	36	20	43	35	46
Concurrió a alguna biblioteca escolar	57	46	27	48	36	30	55	44	46
Concurrió a la Biblioteca Nacional	32	20	7	18	12	18	11	8	12
Concurrió a otra biblioteca pública	42	31	14	30	30	21	23	18	30
Concurrió a alguna biblioteca barrial	22	20	8	19	6	14	10	8	19
Concurrió a alguna biblioteca privada	13	8	2	9	7	5	6	5	4

MOTIVOS DE CONCURRENCIA Y NO CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS

TOTAL POBLACIÓN / CONCURRENTES A BIBLIOTECAS / NO CONCURRENTES A BIBLIOTECAS, 12 AÑOS Y MÁS



Motivos de concurrencia: para realizar *tareas relacionadas con la investigación* (con un 58% de menciones), para *obtener libros que no puede comprar* (36%), *para retirar libros* (35%), por *ser un lugar tranquilo* (32%) y *para buscar ediciones agotadas* (25%). Cierran la grilla otras menciones menores al 10%.



Motivos de no concurrencia a bibliotecas: entre quienes no concurren a las bibliotecas, el 56% dice que *no está acostumbrado*, el 43% argumenta *falta de interés*, el 38% explica que *no necesita ir* y el 23% menciona *estar lejos de alguna biblioteca*, entre los principales motivos expuestos.

MOTIVOS DE CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS, PRIMERA MENCIÓN. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN / CONCURRENTES A BIBLIOTECAS, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Obtener inform. sobre investigación	44	50	47	54	50	57	55	51	20
Por libros que no puedo comprar	30	16	18	13	20	12	10	11	33
Para leer en un lugar tranquilo	17	11	13	8	6	12	9	19	15
Para leer libros que están agotados	7	5	5	6	3	2	10	5	6
Para participar de cursos o charlas	-	1	1	1	-	1	1	1	5
Para retirar libros en préstamo	-	12	11	13	18	12	7	10	5
Para que me orienten sobre libros	-	1	-	2	-	2	-	-	8
Otras respuestas	4	2	2	2	1	-	4	1	5
No sabe	1	2	2	2	2	1	3	2	4

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Obtener inform. sobre investigación	57	49	47	49	48	45	68	55	57
Por libros que no puedo comprar	8	16	23	19	21	14	10	12	14
Para leer en un lugar tranquilo	15	11	8	14	11	9	8	8	12
Para leer libros que están agotados	5	6	3	6	9	4	3	7	4
Para participar de cursos o charlas	1	1	2	1	3	2	-	1	-
Para retirar libros en préstamo	10	13	13	8	6	18	8	13	10
Para que me orienten sobre libros	2	-	-	1	-	2	1	-	-
Otras respuestas	1	2	2	-	1	4	2	4	1
No sabe	1	3	2	2	1	4	1	2	2

MOTIVOS DE CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS, MENCIONES TOTALES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Obtener inform. sobre investigación	-	58	56	61	61	62	59	61	35
Por libros que no puedo comprar	-	37	41	32	44	30	36	29	44
Para leer en un lugar tranquilo	-	32	34	28	25	32	24	41	51
Para leer libros que están agotados	-	25	27	23	18	29	30	26	30
Para participar de cursos o charlas	-	8	8	8	4	2	6	18	13
Para retirar libros en préstamo	-	35	37	33	43	38	30	31	26
Para que me orienten sobre libros	-	10	11	10	10	9	6	12	26
Otras respuestas	-	5	4	5	3	6	8	3	5

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Obtener inform. sobre investigación	63	57	57	56	53	57	71	61	66
Por libros que no puedo comprar	25	35	53	44	43	32	35	24	38
Para leer en un lugar tranquilo	41	27	29	39	38	28	29	18	34
Para leer libros que están agotados	26	29	21	33	26	21	21	14	33
Para participar de cursos o charlas	11	7	6	10	9	8	2	3	8
Para retirar libros en préstamo	27	39	41	30	27	42	34	33	43
Para que me orienten sobre libros	12	10	9	13	10	12	5	4	9
Otras respuestas	4	5	3	3	4	5	9	7	7

MOTIVOS DE NO CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS, PRIMERA MENCIÓN. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
No necesita ir	29	30	29	31	22	30	33	33	26
No está acostumbrado/falta de tiempo*	27	32	32	32	32	30	32	32	33
No le interesa, no le gusta	20	20	18	22	24	24	16	20	21
No le gusta	8								
No tiene ninguna cerca	7	7	9	5	10	6	8	6	6
No conoce ninguna buena	3	1	-	1	-	1	1	-	-
Otras respuestas	4	6	6	6	1	6	6	6	8
No sabe	2	5	6	4	12	2	4	4	7

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
No necesita ir	51	37	20	26	30	32	35	26	33
No está acostumbrado a ir a bibliotecas	24	32	35	34	41	28	34	37	35
No le interesa, no le gusta	15	15	24	19	18	22	18	16	22
No tiene ninguna cerca	3	7	9	11	4	6	6	6	1
No conoce ninguna buena	-	1	-	1	-	-	1	-	2
Otras respuestas	4	5	7	6	5	7	4	5	3
No sabe	3	4	6	4	3	6	4	11	4

(*) En 2001 se encuestó sólo a población de 18 o más años. Además, no se utilizó la opción de respuesta *no está acostumbrado* y sí, en cambio, *falta de tiempo*.

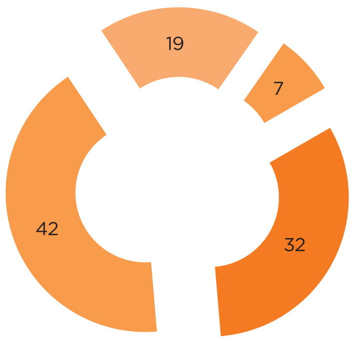
MOTIVOS DE NO CONCURRENCIA A BIBLIOTECAS, MENCIONES TOTALES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
No necesita ir	-	38	38	39	32	39	40	44	33
No está acostumbrado a ir a bibliotecas	-	56	54	57	54	58	60	53	52
No le interesa, no le gusta	-	43	40	46	49	45	40	40	44
No tiene ninguna cerca	-	23	24	23	21	25	25	22	23
No conoce ninguna buena	-	4	4	3	4	5	5	4	2
Otras respuestas	-	10	12	8	1	9	10	9	13
No sabe	-	5	6	4	12	2	4	4	7

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
No necesita ir	65	45	27	35	38	40	43	33	45
No está acostumbrado a ir a bibliotecas	52	59	56	58	65	52	55	54	73
No le interesa, no le gusta	40	36	47	41	44	43	38	34	57
No tiene ninguna cerca	14	24	26	33	18	22	22	12	13
No conoce ninguna buena	3	4	4	7	3	2	4	4	6
Otras respuestas	9	10	10	10	9	12	6	6	4
No sabe	3	4	6	4	3	6	4	11	4

CONOCIMIENTO Y CONCURRENCIA A FERIAS DEL LIBRO
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

Concurrió o escuchó hablar de "ferias del libro"



Concurrió o escuchó hablar de ferias del libro. Las ferias del libro son conocidas por más de 7 de cada 10 personas y el 32% dice haber concurrido a ellas.

La incorporación natural de estas ferias a la vida cotidiana de los argentinos se confirma en que su alto conocimiento es parejo en ambos sexos y en todos los grupos etarios, siendo bajas las diferencias de conocimiento que se observan por nivel socioeconómico y regiones del país.

En cuanto a la concurrencia a las mismas, se destacan los sectores socioeconómicos altos y medios y el GBA como región más concurrente.

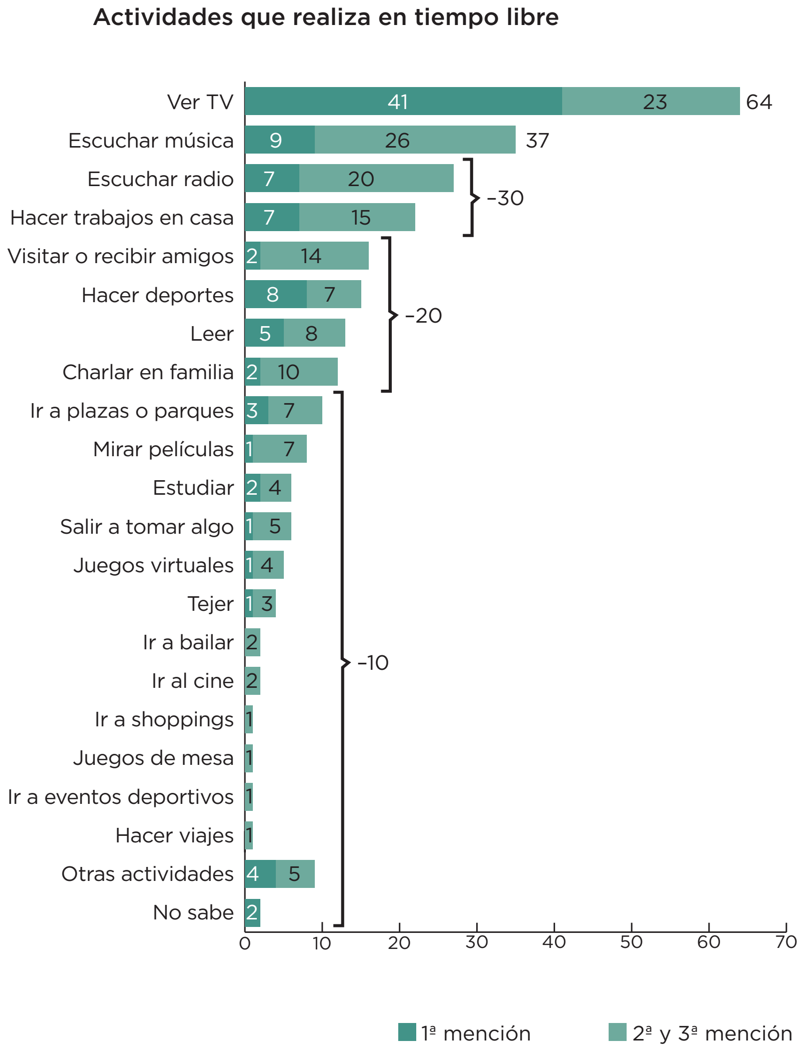
	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Escuchó hablar de alguna	91[1]	74	75	73	71	77	80	78	65
Concurrió a alguna feria del libro	33	32	33	31	31	31	38	37	22

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Escuchó hablar de alguna	86	81	66	77	68	80	56	60	60
Concurrió a alguna feria del libro	51	39	20	33	20	39	18	19	17

(1) En 2001 se encuestó sólo a población de 18 y más años. Además, el 91 % se calculó sólo sobre la población lectora y se filtró la categoría no sabe-no contesta, lo que disminuyó el divisor en el cálculo del porcentaje y produjo una estimación superior a la de 2011.

OTRAS PRÁCTICAS
Y CONSUMOS CULTURALES
INDICADORES GENERALES

ACTIVIDADES QUE REALIZA DURANTE EL TIEMPO LIBRE. MENCIÓN ESPONTÁNEA
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Menciones espontáneas sobre actividades que realiza durante el tiempo libre: ver televisión es la actividad realizada en el tiempo libre que más se menciona espontáneamente (acumula, en total, el 64% de las menciones). Le siguen en importancia: *escuchar música* (37%) y *escuchar la radio* (27%) y *realizar trabajos en el hogar* (22%). Las otras opciones de la se ubican por debajo del 20%.

Perfiles: los perfiles por actividad son similares para los diversos géneros y edades. Las actividades que implican algún esfuerzo son realizadas por los más jóvenes y las más sedentarias tienden a ser mayormente realizadas por los adultos o adultos mayores. Por su parte, las regiones se comportan de manera similar sin grandes variaciones entre sí.

Lectura: la lectura es espontáneamente mencionada por el 13% de los entrevistados, predominando levemente las mujeres, los sectores medios y los encuestados de 26 o más años.

ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE, MENCIONES ESPONTÁNEAS TOTALES[1]. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	*2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Ver TV	41	64	66	62	70	59	62	58	69
Escuchar música	18	37	37	38	56	52	45	29	20
Escuchar radio	-	27	27	26	10	11	17	30	51
Hacer trabajos en casa	24	22	26	18	5	10	23	30	30
Estudiar	-	6	7	6	18	12	6	3	-
Juegos de mesa	2	1	1	1	2	2	1	1	1
Juegos virtuales	-	5	2	9	20	6	5	1	1
Tejer	-	4	8	1	1	-	3	4	11
Mirar películas	2	8	8	8	6	8	12	8	5
Hacer deportes	12	15	7	24	31	25	15	13	4
Visitar o recibir amigos	7	16	17	15	16	20	15	14	18
Ir a parques o plazas	-	10	10	10	4	9	12	13	8
Ir a shoppings	1	1	1	1	3	-	2	2	-
Salir a tomar algo	12	6	5	7	3	10	9	6	4
Ir a bailar	1	2	2	2	6	7	2	1	1
Ir al cine	1	2	2	1	1	2	1	3	1
Ir a eventos deportivos	-	1	1	2	2	2	2	2	-
Realizar viajes	1	1	1	2	1	2	2	2	1
Charlar en familia	-	12	12	12	6	10	15	14	11
Leer		13	14	11	10	10	14	14	13

(1) Las menciones menores a 1 % fueron excluidas.
(*) Los datos del 2001 corresponden a la población de 18 años y más.

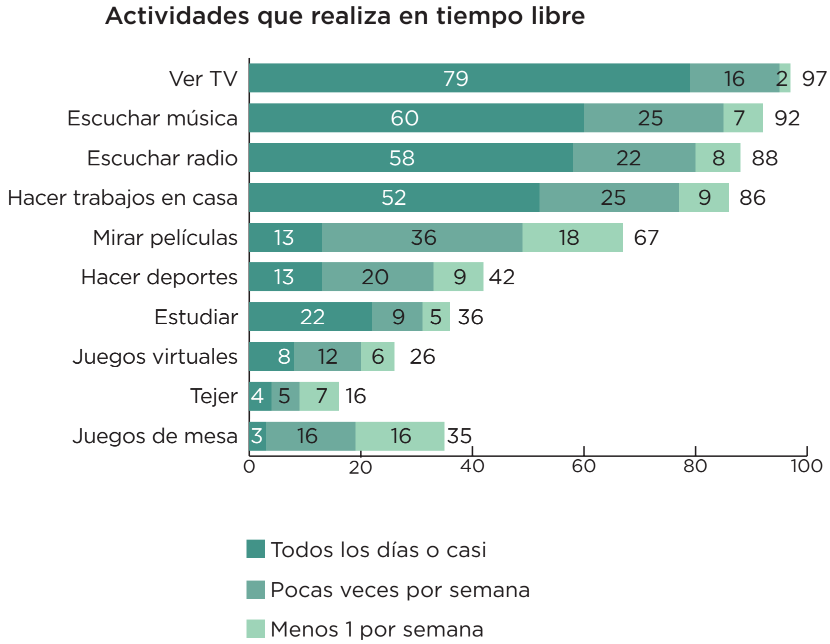
ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE, MENCIONES ESPONTÁNEAS TOTALES[1]. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Ver TV	59	61	69	63	75	60	67	66	75
Escuchar música	37	42	34	38	43	36	37	37	45
Escuchar radio	18	20	36	30	27	25	27	25	25
Hacer trabajos en casa	22	20	25	22	20	21	27	26	32
Estudiar	8	9	4	5	8	6	14	5	8
Juegos de mesa	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Juegos virtuales	5	7	4	5	5	5	3	5	5
Tejer	2	4	6	4	7	4	5	3	4
Mirar películas	10	11	5	6	7	10	9	2	12
Hacer deportes	22	18	11	15	14	15	16	19	9
Visitar o recibir amigos	17	16	16	15	14	17	15	18	19
Ir a parques o plazas	12	12	7	13	7	10	6	6	11
Ir a shoppings	2	2	1	1	2	1	1	1	2
Salir a tomar algo	10	9	4	7	9	6	5	5	5
Ir a bailar	4	3	2	2	8	1	2	2	5
Ir al cine	3	2	1	2	1	2	-	1	-
Ir a eventos deportivos	2	1	1	1	2	1	1	1	3
Hacer viajes	2	2	1	3	-	1	-	1	3
Charlar en familia	14	9	13	8	16	15	8	6	12
Leer	11	15	12	12	9	14	8	14	8

(1) Las menciones menores a 1 % fueron excluidas.

FRECUENCIA CON QUE REALIZA OTRAS ACTIVIDADES COTIDIANAS

TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS



Actividades que realiza durante el tiempo libre. Consultados específicamente por un conjunto consumos culturales y actividades consideradas como "de tiempo libre" y que pueden realizarse diariamente, se observa que todos o casi todos los días, 8 de cada 10 personas *miran televisión*, 6 de cada 10 *escuchan música*, casi la misma cantidad *escucha radio*, poco más de la mitad *hace trabajos en casa* y de 2 de 10, *estudian*. Cierran la grilla *mirar películas* y *hacer deportes*, con 13% (aunque esos valores crecen cuando pasamos de la práctica diaria a la semanal, superando al estudio), *jugar juegos virtuales*, con un 8% y *tejer* y *jugar juegos de mesa*, con 4 y 3% respectivamente.

OTRAS ACTIVIDADES QUE REALIZA DIARIAMENTE. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Ver TV	-	79	79	79	87	75	76	76	82
Escuchar música	-	60	59	61	80	80	65	49	43
Escuchar radio	-	58	59	57	38	50	52	64	73
Hacer trabajos en casa	-	52	60	42	36	42	55	57	57
Estudiar	-	22	22	21	68	34	20	8	3
Jugar juegos de mesa	-	3	2	4	5	5	4	3	2
Jugar juegos virtuales	-	8	4	13	27	15	7	2	1
Tejer	-	4	7	-	1	-	2	3	10
Mirar películas	-	13	12	13	22	18	17	8	4
Hacer deportes	13	8	18	31	22	12	7	4	

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Ver TV	78	78	81	85	83	76	77	74	83
Escuchar música	64	65	55	62	62	59	58	62	57
Escuchar radio	54	57	62	62	49	59	51	53	55
Hacer trabajos en casa	53	49	54	52	39	54	54	50	50
Estudiar	29	27	14	22	19	20	30	24	17
Jugar juegos de mesa	3	3	3	5	2	2	2	3	4
Jugar juegos virtuales	9	12	5	8	8	8	6	10	7
Tejer	2	3	6	6	5	3	3	3	5
Mirar películas	18	14	10	14	9	13	12	8	13
Hacer deportes	21	15	8	16	10	11	17	15	10

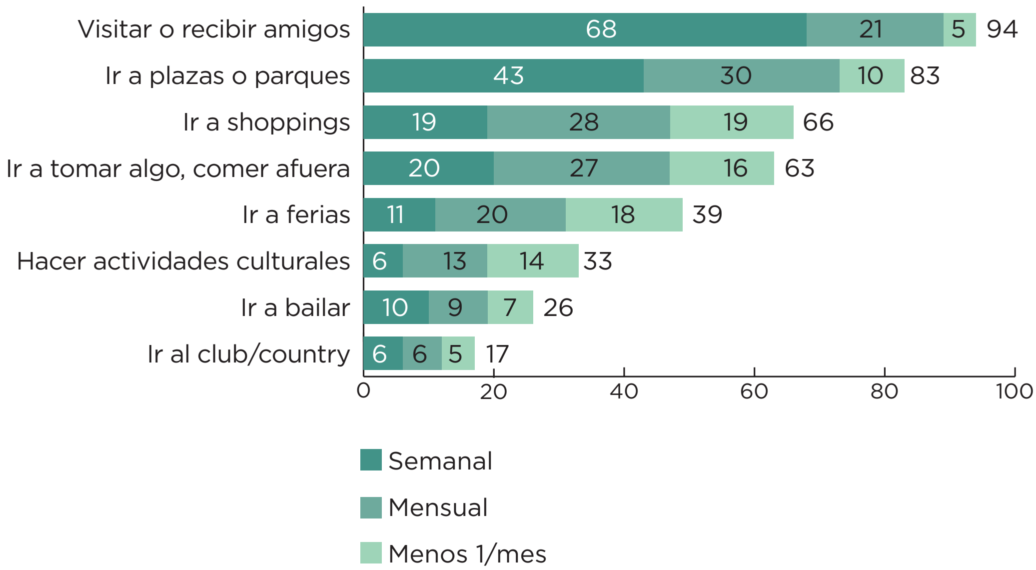
OTRAS ACTIVIDADES, HASTA MENOS DE 1 VEZ POR SEMANA. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Ver TV	-	97	97	96	97	98	97	96	97
Escuchar música	-	92	92	92	96	98	98	90	83
Escuchar radio	-	88	88	87	74	86	89	88	94
Hacer trabajos en casa	-	85	87	83	76	82	90	88	84
Estudiar	-	35	35	36	89	53	38	20	8
Jugar juegos de mesa	-	35	33	38	49	45	38	27	28
Jugar juegos virtuales	-	26	21	30	69	45	30	9	3
Tejer	-	15	27	2	6	8	10	16	30
Mirar películas	-	67	65	69	83	82	78	67	39
Hacer deportes		41	30	54	76	60	49	32	14

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Ver TV	97	98	96	97	98	97	97	93	97
Escuchar música	95	96	89	91	94	93	93	86	93
Escuchar radio	88	86	89	88	91	89	87	78	88
Hacer trabajos en casa	87	88	84	87	74	86	91	80	87
Estudiar	49	46	22	35	29	36	42	35	35
Jugar juegos de mesa	42	38	31	38	32	38	21	25	37
Jugar juegos virtuales	32	35	16	24	27	27	23	23	32
Tejer	10	14	19	14	17	17	12	12	18
Mirar películas	84	77	54	64	69	72	59	50	70
Hacer deportes	58	50	28	39	42	44	43	34	40

FRECUENCIA CON QUE REALIZA OTRAS ACTIVIDADES (SEMANAL O MÁS ESPACIADA)
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

Frecuencia con que realiza actividades en el tiempo libre



Actividades que realiza en tiempo libre. Entre las actividades que suelen realizarse con frecuencia semanal o más espaciada, vemos que 7 de cada 10 argentinos *visita o recibe amigos*, que más de 4 de cada 10 *concurren a plazas*, que 2 de cada 10 *van a los shoppings* y *salen a comer afuera*, mientras que un 11% *concurre a ferias*, un 10% *va a bailar* y el 6% *asiste al club o country* o se dedica a *otras actividades culturales*.

Si consideramos también a quienes realizan estas actividades de forma menos frecuente, el orden es más o menos el mismo, pero se incrementan los valores.

OTRAS ACTIVIDADES QUE REALIZA SEMANALMENTE. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Visitar o recibir gente	-	68	72	65	76	77	67	64	65
Ir a parques o plazas	-	43	43	43	60	57	50	32	29
Ir a centros comerciales, shoppings	-	19	21	17	32	28	22	15	8
Ir a ferias	-	11	13	9	14	13	14	11	6
Realizar actividades culturales	-	6	7	5	7	6	6	8	4
Salir a tomar algo, comer afuera	-	20	18	23	25	37	24	18	7
Ir a bailar	-	10	7	12	20	37	5	2	1
Ir al club o al country	-	6	4	8	12	9	6	3	2

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Visitar o recibir gente	77	67	66	72	74	63	73	70	80
Ir a parques o plazas	54	47	36	47	35	43	37	41	38
Ir a centros comerciales, shoppings	33	22	12	22	19	16	18	25	30
Ir a ferias	10	11	11	10	5	13	7	16	5
Realizar actividades culturales	9	8	4	7	7	6	5	6	4
Salir a tomar algo, comer afuera	36	23	12	23	25	16	26	24	19
Ir a bailar	13	13	6	12	16	6	15	10	13
Ir al club o al country	9	7	3	9	7	4	3	3	3

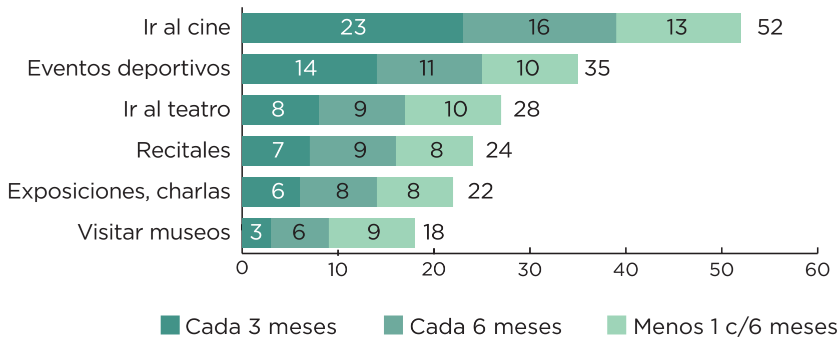
OTRAS ACTIVIDADES, HASTA MENOS DE 1 POR MES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

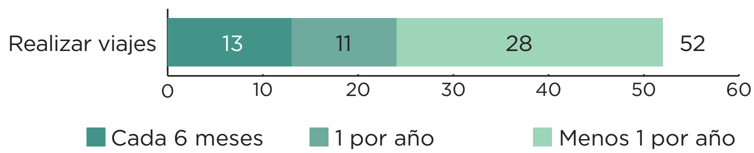
	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Visitar o recibir gente	-	94	95	93	97	96	98	92	90
Ir a parques o plazas	-	84	84	83	92	91	93	79	70
Ir a centros comerciales, shoppings	-	66	69	64	76	78	75	66	47
Ir a ferias	-	49	54	43	50	55	59	53	31
Realizar actividades culturales	-	33	34	33	33	37	40	39	20
Salir a tomar algo, comer afuera	-	63	61	65	70	83	71	64	40
Ir a bailar	-	26	23	29	40	67	30	13	6
Ir al club o al country	-	17	13	21	27	28	19	13	7

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Visitar o recibir gente	97	96	92	94	97	94	96	91	94
Ir a parques o plazas	91	90	76	85	84	86	77	71	82
Ir a centros comerciales, shoppings	83	75	54	68	73	65	63	60	74
Ir a ferias	57	56	39	45	36	59	31	37	41
Realizar actividades culturales	52	43	19	32	33	38	24	17	38
Salir a tomar algo, comer afuera	85	73	48	65	65	63	66	55	65
Ir a bailar	33	32	18	27	36	22	32	24	36
Ir al club o al country	29	22	8	22	19	16	10	5	16

FRECUENCIA CON QUE REALIZA OTRAS ACTIVIDADES ESPORÁDICAS (CADA 3 MESES O MÁS)
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

Frecuencia con que realiza actividades en el tiempo libre





Actividades que realiza durante el tiempo libre con una frecuencia de entre 3 y 12 meses: *ir al cine* (23% trimestral y 52% anual), *asistir a eventos deportivos* 14% y 35%, *concurrir al teatro* 8% y 27% e *ir a recitales* un 7% y 24% respectivamente. Unos puntos más atrás, cierran la grilla *asistir a exposiciones y charlas* y *visitar museos*.

Perfiles: se observa que excepto en los eventos deportivos, donde hay primacía de público masculino (los hombres son más del doble que las mujeres), en el resto de las categorías los porcentajes son similares por sexo y grupos de edad.

En cuanto a los niveles socioeconómicos, los más altos prevalecen en la mayoría de las actividades, seguidos por los sectores medios.

Realizar viajes: el 13% viaja cada 6 meses, un 11% anualmente y un 28% más realiza viajes, pero menos de una vez al año. En total, poco más de la mitad de los argentinos viaja.

OTRAS ACTIVIDADES, CADA TRES MESES. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Ir al cine	-	23	25	22	37	31	27	20	11
Ir al teatro	-	8	10	5	5	8	7	11	7
Concurrir a eventos deportivos	-	14	8	20	25	25	15	9	4
Asistir a recitales	-	7	6	8	10	16	8	5	2
Visitar museos	-	3	4	2	4	3	3	5	2
Asistir a exposiciones, charlas	-	6	7	5	2	8	8	8	3

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Ir al cine	47	26	12	27	15	25	11	17	28
Ir al teatro	17	9	3	12	4	8	3	4	3
Concurrir a eventos deportivos	22	17	8	18	15	10	16	18	13
Asistir a recitales	12	8	4	9	8	6	8	7	7
Visitar museos	8	4	1	5	2	3	3	1	3
Asistir a exposiciones, charlas	13	8	2	8	7	4	7	6	6

OTRAS ACTIVIDADES, HASTA MENOS DE 1 AL AÑO. COMPARATIVOS
TOTAL POBLACIÓN, 12 AÑOS Y MÁS

	EVOLUCIÓN		SEXO		EDAD				
	2001	2011	Mujer	Varón	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Ir al cine	-	52	54	53	66	66	62	50	27
Ir al teatro	-	27	30	24	20	21	32	31	26
Concurrir a eventos deportivos	-	34	23	47	51	47	43	29	15
Asistir a recitales	-	24	21	27	30	44	32	21	6
Visitar museos	-	18	20	17	24	13	22	20	12
Asistir a exposiciones, charlas	-	21	22	20	16	23	26	26	13
Realizar viajes	-	52	51	52	50	56	57	56	40

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIONES					
	Alto	Medio	Bajo	Centro	Cuyo	GBA	NEA	NOA	Patagonia
Ir al cine	47	26	12	27	15	25	11	17	28
Ir al teatro	17	9	3	12	4	8	3	4	3
Concurrir a eventos deportivos	22	17	8	18	15	10	16	18	13
Asistir a recitales	12	8	4	9	8	6	8	7	7
Visitar museos	8	4	1	5	2	3	3	1	3
Asistir a exposiciones, charlas	13	8	2	8	7	4	7	6	6
Realizar viajes	23	14	8	19	8	7	18	21	16

ENCUESTA NACIONAL DE LECTURA

CUESTIONARIO

ENCUESTA NACIONAL DE LECTURA

Buenos días/tardes/noches, mi nombre es... y pertenezco a la Universidad de… Estamos realizando una encuesta en todo el país sobre hábitos de lectura y deberíamos entrevistar a un miembro de su hogar. ¿Podría decirme… [definir según instrucciones para la selección final del entrevistado]**?**

ENCABEZADO | INFORMACIÓN MUESTRAL

Sexo Varón ▢ 1 Mujer ▢ 0 **Edad** ___ **Nombre de pila** ______________

1. ¿La lectura en general, es algo que le interesa mucho, bastante, poco o no le interesa?

Mucho	▢ 3	Poco	▢ 1
Bastante	▢ 2	Nada	▢ 0

2. ¿Usted lee, aunque sea de vez en cuando y por más de 15 minutos seguidos, diarios, revistas, libros, textos de la computadora, o algún otro tipo de material?

SI	▢ 1	NO	▢ 2	NS/NC	▢ 99

MÓDULO NO LECTORES

3. En algún momento de su vida, ¿leyó diarios, revistas, libros o algún otro tipo de texto, ya sea en papel o en computadora?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

4. ¿Lee los papeles que le llegan a su casa, como ser facturas de servicios, publicidades u otros?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

5. ¿Lee los titulares, publicidades o subtítulos en la televisión?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

6. ¿Lee los carteles en la calle?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

7. ¿Reconoce las letras del abecedario?

SI ▢ 1 → [a 56] NO ▢ 2 → [a 56]

MÓDULO LECTORES

8. Aproximadamente y tomando en cuenta todas las formas de lectura, ¿con qué frecuencia lee? [Guiada]

Todos o casi todos los días	▢ 6
3 o 4 días por semana	▢ 5
1 o 2 días por semana	▢ 4
2 o 3 veces por mes	▢ 3
1 vez al mes o menos	▢ 2
1 vez al año o menos	▢ 1

9. Aproximadamente y tomando en cuenta todas las formas de lectura, ¿Cuánto tiempo pasa usted leyendo en un día de lunes a viernes?

4 horas o más	▢ 5
Entre 2 y menos de 4 horas	▢ 4
Entre 1 y menos de 2 horas	▢ 3
Entre 30 minutos y menos de 1 hora	▢ 2
Menos de 30 minutos	▢ 1

10. Aproximadamente y tomando en cuenta todas las formas de lectura, ¿Cuánto tiempo pasa usted leyendo en un día sábado, domingo o feriado?

Más de 4 horas	▢ 5
Entre 2 y 4 horas	▢ 4
Entre 1 y 2 horas	▢ 3
Entre 1 hora y 30 minutos	▢ 2
Menos de 30 minutos	▢ 1

TODOS

11. De este listado de frases, ¿cuál expresa mejor el motivo principal por el cual usted lee, independientemente de lo que lee? ¿y en segundo lugar? ¿y en tercero? [Guiada c/tarjeta, hasta 3]

Motivos de lectura en general	**1º**	**2º**	**3º**
Para estar informado	▢ 1	▢ 1	▢ 1
Por estudio	▢ 2	▢ 2	▢ 2
Por trabajo	▢ 3	▢ 3	▢ 3
Para disfrutar, distraerse, entretenerse	▢ 4	▢ 4	▢ 4
Para aprender cosas nuevas / ampliar la cultura	▢ 5	▢ 5	▢ 5
Por costumbre	▢ 6	▢ 6	▢ 6
Para desenvolverme en la vida cotidiana (leer carteles, facturas, titulares, etc.)	▢ 7	▢ 7	▢ 7
Otros motivos [sólo si menciona espontáneamente]	▢ 96	▢ 96	▢ 96
No sabe/No contesta	▢ 99	▢ 99	▢ 99

11a. Especificar otros motivos

____

____

11x. ENCUESTADOR: Detectar por observación y registrar si el entrevistado tiene dificultades para leer la tarjeta

Tiene dificultades para leer la tarjeta	▢ 1
No tiene dificultades para leer la tarjeta	▢ 0

12. Tomando en cuenta todas las formas de lectura, ¿en qué lugar lee más frecuentemente? ¿y en segundo lugar? ¿Y en tercero? [Espontánea]

Lugares frecuentes de Lectura	**1º**	**2º**	**3º**
En su casa	▢ 1	▢ 1	▢ 1
En el trabajo	▢ 2	▢ 2	▢ 2
En medios de transporte	▢ 3	▢ 3	▢ 3
En lugares de espera	▢ 4	▢ 4	▢ 4
En bares o confiterías	▢ 5	▢ 5	▢ 5
En bibliotecas públicas	▢ 6	▢ 6	▢ 6
En la escuela o centros educativos	▢ 7	▢ 7	▢ 7
En lugares abiertos (plazas, parques)	▢ 8	▢ 8	▢ 8
En el ciber	▢ 9	▢ 9	▢ 9
Es indistinto, no leo más en un lugar específico	▢ 95	▢ 95	▢ 95
Otros lugares	▢ 96	▢ 96	▢ 96
No sabe/No contesta	▢ 99	▢ 99	▢ 99

12a. Especificar otros lugares

____

____

____

MEDIADORES DE LECTURA

13. ¿Comentan habitualmente entre familiares y amigos las cosas que leen, como ser un libro, el diario, una revista, textos de la PC u otro tipo?

SI ☐ 1 NO ☐ 2

14. ¿Comentan habitualmente en su trabajo las cosas que leen, como ser un libro, el diario, una revista, textos de la PC u otro tipo?

No Trabajo ☐ 2 | SI ☐ 1 | NO ☐ 0

15. ¿Comentan habitualmente entre compañeros de estudio, las cosas que leen, como ser un libro, el diario, una revista, textos de la PC u otro tipo?

No Estudio ☐ 2 | SI ☐ 1 | NO ☐ 0

16. ¿Comentan habitualmente entre sus vecinos, las cosas que leen, como ser un libro, el diario, una revista, textos de la PC u otro tipo?

SI ☐ 1 NO ☐ 2

17. Hablando de libros específicamente ¿con qué frecuencia comenta usted con personas de su cercanía (familiares, amigos, compañeros de trabajo o estudio, vecinos) los libros que leen: frecuentemente, de vez en cuando, no comentan?...
Y respecto de la lectura del diario ¿con qué frecuencia…?
[leer uno a uno, hasta completar]

¿Con qué frecuencia comenta con las personas de su cercania...	Frecuentemente	De vez en cuando	No comentan	NS/NC
17.1 …los libros que leen?	☐ 2	☐ 1	☐ 0	☐ 99
17.2 …los diarios que leen?	☐ 2	☐ 1	☐ 0	☐ 99
17.3 …las revistas que leen?	☐ 2	☐ 1	☐ 0	☐ 99
17.4 …los textos leídos en la PC que leen?	☐ 2	☐ 1	☐ 0	☐ 99

18. ¿Recuerda alguna persona que haya influido para que usted lea?

SI ☐ 1 NO ☐ 2 → [a 19]

18.1. ¿Quién era esa persona? [Espontánea, no insistir, hasta 3]

Persona que influyó en la lectura	1º	2º	3º
Padre, madre	☐ 1	☐ 1	☐ 1
Hermanos	☐ 2	☐ 2	☐ 2
Otro familiar	☐ 3	☐ 3	☐ 3
Amistades, parejas	☐ 4	☐ 4	☐ 4
Maestro, profesor	☐ 5	☐ 5	☐ 5
Jefe, compañero de trabajo	☐ 6	☐ 6	☐ 6
Compañero político, de sindicato, asociación	☐ 7	☐ 7	☐ 7
Vecinos, gente del barrio	☐ 8	☐ 8	☐ 8
Bibliotecario	☐ 9	☐ 9	☐ 9
Otra persona	☐ 96	☐ 96	☐ 96
No sabe/No contesta	☐ 99	☐ 99	☐ 99

18.1a. Especificar otra persona

19. ¿Recuerda algún ámbito (lugar, grupo o espacio) que haya influido para que usted lea?

SI ☐ 1 NO ☐ 2 → [a 20]

19.1. ¿Qué ámbito influyo en usted para que lea? [Espontánea, no insistir, hasta 3]

Ambito que influyó en la lectura	1º	2º	3º
Mi casa de niño/joven	☐ 1	☐ 1	☐ 1
La casa de un amigo, pareja, familiar	☐ 2	☐ 2	☐ 2
Escuela, universidad	☐ 3	☐ 3	☐ 3
Biblioteca	☐ 4	☐ 4	☐ 4
Ctro. cultural, club, soc. de fomento, ctro. comunitario	☐ 5	☐ 5	☐ 5
Sindicato	☐ 6	☐ 6	☐ 6
Agrupación, partido político	☐ 7	☐ 7	☐ 7
Bar, confitería, lugar de encuentro	☐ 8	☐ 8	☐ 8
Trabajo	☐ 9	☐ 9	☐ 9
Otro ámbito	☐ 96	☐ 96	☐ 96
No sabe/No contesta	☐ 99	☐ 99	☐ 99

19.1a. Especificar otro ámbito

20. ¿Su padre leía habitualmente cuando usted era niño?

SI ☐ 1 | NO ☐ 0 | NS/NC ☐ 99

21. ¿Y su madre leía habitualmente cuando usted era niño?

SI ☐ 1 | NO ☐ 0 | NS/NC ☐ 99

PERIÓDICOS

22. ¿Usted lee aunque sea de vez en cuando algún diario que se publique todos o casi todos los días, sea en papel o internet?

SI ☐ 1 → [a 23] | NO ☐ 0 | NS/NC ☐ 99

22.1. Hace 2 años, ¿usted leía algún diario, aunque sea de vez en cuando?

SI ☐ 1 → [a 28.2] NO ☐ 2 → [a 28.2]

23. ¿Qué diario en papel lee principalmente? [Abierta]

24. Aproximadamente, ¿con qué frecuencia lee el diario en papel o internet?

Todos o casi todos los días	☐ 6	2 o 3 veces por mes	☐ 3
3 o 4 días por semana	☐ 5	1 vez al mes o menos	☐ 2
1 o 2 días por semana	☐ 4	1 vez al año o menos	☐ 1

25. De este listado de frases, ¿cuál expresa mejor el motivo principal por el que usted lee el diario?, ¿en segundo lugar?, ¿y en tercer lugar?
[Guiada c/tarjeta, hasta 3]

Motivo por el que lee el diario	1º	2º	3º
Para estar informado	☐ 1	☐ 1	☐ 1
Por estudio	☐ 2	☐ 2	☐ 2
Por trabajo	☐ 3	☐ 3	☐ 3
Para disfrutar, distraerse, entretenerse	☐ 4	☐ 4	☐ 4
Para aprender cosas nuevas/mejorar la cultura	☐ 5	☐ 5	☐ 5
Por costumbre	☐ 6	☐ 6	☐ 6
Otros motivos [sólo si menciona espontáneamente] [ir a 25a]	☐ 96	☐ 96	☐ 96
No sabe/No contesta	☐ 99		

25a. Especificar otros motivos

26. ¿Qué secciones, temas o partes del diario lee habitualmente?
[Espontánea y múltiple]

Secciones de diario que lee	
26a. Leo todo o casi todo el diario	○ 1
26b. Sólo títulos y fotos	○ 2
26c. Ninguna parte en especial, lo que me interese ese día	○ 3
26d. Política nacional	○ 4
26e. Internacionales	○ 5
26f. Economía y finanzas	○ 6
26g. Deporte	○ 7
26h. Avisos clasificados	○ 8
26i. Artículos de opinión	○ 9
26j. Programación de cines, teatros, tv., radio, conciertos, exposiciones	○ 10
26k. Educación	○ 11
26l. Arte y cultura	○ 12
26m. Informática	○ 13
26n. Ciencia y tecnología	○ 14
26o. Salud	○ 15
26p. Turismo	○ 16
26q. Astrología	○ 17
26r. Policiales	○ 18
26s. Vida social (fiestas privadas, vida de personalidades, etc.)	○ 19
26t. Medio ambiente	○ 20
26u. Historietas, chistes	○ 21
26v. Publicidades	○ 22
26w. Cocina	○ 23
26x. Otras secciones [sólo si menciona espontáneamente][ir a 26xa]	○ 96
26y. No sabe/No contesta	○ 99

26xa. Especificar otras secciones

continuación PERIODICOS

27. ¿Cómo consigue habitualmente el diario? [Guiada, múltiple]

Lo compra	6
Lo lee por internet	5
Recibe diarios gratuitos en la vía pública	4
Recibe diarios gratuitos en otros sitios	3
Se lo prestan	2
Se lo dan en el trabajo	1
Lo consigue de otra manera [sólo si menciona espontáneamente]	96

27a. Especificar de qué manera

28. Actualmente, ¿usted lee el diario más frecuentemente, igual o menos frecuentemente que hace 2 años?

Leo más que hace 2 años	3
Leo igual	2
Leo menos que hace 2 años	1

28.1. ¿Porqué actualmente lee el diario más que hace 2 años?, ¿algún otro?
[Espontánea, no insistir, hasta 3]

Porque lee más ahora	1º	2º	3º
Porque los leo por internet	1	1	1
Porque recibo periódicos gratuitos	2	2	2
Porque ahora voy a bibliotecas y los leo allí	3	3	3
Porque está el diario en el trabajo y antes no	4	4	4
Porque ahora se lo prestan/lo lee en el bar	5	5	5
Porque ahora lo puede comprar	6	6	6
Por otros motivos [sólo si menciona espontáneamente]	96	96	96

28.1a. Especificar otros motivos

ENCUESTADOR: fin del bloque para los que "leen más diarios que antes". Ir a pregunta 28.3

28.2. De este listado de frases, ¿cuál expresa mejor el motivo principal por el cual lee menos/no lee los diarios?
[Guiada con tarjeta, hasta 3]

Porque lee menos ahora/Nunca leyó	1º	2º	3º
Por cuestiones económicas (no tiene plata, no puede comprarlos, le parecen caros)	1	1	1
Porque no le interesa/perdió el interés en leer el diario	2	2	2
Por problemas de salud para leer (vista, concentración, etc.)	3	3	3
Porque ahora se informa por otros medios	4	4	4
Porque cree poco en los diarios	5	5	5
Porque lo deprimen las noticias	6	6	6
Otros motivos [sólo si menciona espontáneamente]	96	96	96
No Sabe/No Contesta	99	99	99

28.2a. Especificar otros motivos

28.2x. ENCUESTADOR: Detectar por observación si el entrevistado tiene dificultades para leer la tarjeta y registrar.

Tiene dificultades para leer la tarjeta	1
No tiene dificultades para leer la tarjeta	0

28.2y. Si observa dificultades, preguntar y registrar: ¿prefiere que le lea las posibilidades de respuesta?

SI 1 NO 2

SI RESPONDE "Sí", LEER TODAS LAS TARJETAS AL ENTREVISTADO DE ACÁ EN MÁS

28.3. Aunque sea una vez por semana, ¿tienen el diario en papel en su casa?

SI 1 NO 0 NS/NC 99

REVISTAS

29. ¿Usted lee, aunque sea de vez en cuando, alguna revista?

SI 1 NO 0 NS/NC 99

29.1. Hace 2 años, ¿usted leía revistas, aunque sea de vez en cuando?

SI 1 NO 2

30. ¿Qué temática trata la o las revistas que usted lee?
[Espontánea y múltiple]

Temática de Revistas	
30a. Políticas	1
30b. Científicas o técnicas	2
30c. Cultura, arte, literatura, fotografía	3
30d. Deportes, automóviles, motos	4
30e. Humor	5
30f. Eróticas	6
30g. Femeninas	7
30h. Información general	8
30i. Económicas, de gestión	9
30j. Programación televisiva	10
30k. De espectáculos (música, cine)	11
30l. Jóvenes	12
30m. Música	13
30n. Informática	14
30o. Historietas, comics	15
30p. Moda, cocina, decoración, manualidades	16
30q. Medio ambiente	17
30r. Plantas, flores, animales	18
30s. Incluídas en periódicos	19
30t. Para chicos (Anteojito, Genios, etc)	20
30u. Fascículos coleccionables o no	21
30v. Escolares, pedagógicas	22
30w. De salud	23
30x. De psicología	96
30y. Otra (ir a 30ya)	99

30ya. Especificar otras temáticas

31. Aproximadamente, ¿con qué frecuencia lee revistas?

Todos o casi todos los días	6	2 o 3 veces por mes	3
3 o 4 días por semana	5	1 vez al mes o menos	2
1 o 2 días por semana	4	1 vez al año o menos	1

32. Actualmente, ¿usted lee revistas más frecuentemente, igual o menos frecuentemente que hace 2 años?

Leo más que hace 2 años	3	[a 33]
Leo igual	2	[a 33]
Leo menos que hace 2 años	1	

32.1. De este listado de frases, ¿cuál expresa mejor el motivo principal por el cual actualmente lee menos / nunca leyó revistas?
[Guiada con tarjeta, hasta 3]

Porque lee menos ahora/Nunca leyó revistas	1º	2º	3º
Por cuestiones económicas (no tiene plata, no puede comprarlos, le parecen caros)	1	1	1
Porque no le interesa/perdió el interés en leer revistas	2	2	2
Por problemas de salud para leer (vista, concentración, etc.)	3	3	3
Porque ahora se informa por otros medios	4	4	4
Porque no le parecen creíbles, no le atraen, son malas	5	5	5
Otros motivos [sólo si menciona espontáneamente]	96	96	96
No Sabe/No Contesta	99	99	99

32.1a. Especificar otros motivos

OTRAS PUBLICACIONES NO MASIVAS

33. Además de los diarios y revistas masivas, ¿usted lee algún tipo de publicación, como ser diarios barriales, revistas políticas, culturales, religiosas o de algún otro tipo?

SI ◯ 1 NO ◯ 2

33.1. ¿Sobre qué temática trata la publicación no masiva que usted lee? [Múltiple con tarjeta]

Temáticas de publicaciones no masivas	
Publicaciones políticas	◯ 1
Publicaciones financieras	◯ 2
Publicaciones técnico-científicos	◯ 3
Publicaciones sobre deportes	◯ 4
Publicaciones culturales	◯ 5
Publicaciones regionales/locales/barriales	◯ 6
Publicaciones religiosas	◯ 7
Publicaciones institucionales	◯ 8
Publicaciones sobre hobbies	◯ 9
Publicaciones extranjeras (de colectividades)	◯ 10
Publicaciones gratuitos	◯ 11
Otras [sólo si menciona espontáneamente]	◯ 96

33.1a. Especificar temática

LIBROS

34. ¿Usted diría que la lectura de libros le despierta mucho, bastante, poco o nada de interés?

Mucho	◯ 3	Poco	◯ 1
Bastante	◯ 2	Nada	◯ 0

35. ¿Usted acostumbra a leer libros, aunque sea de vez en cuando?

SI ◯ 1 NO ◯ 2

36. Hace 2 años, ¿usted leía aunque sea de vez en cuando?

SI ◯ 1 NO ◯ 2 → [a 45.1]

37. Aproximadamente, ¿con qué frecuencia lee libros?

Todos o casi todos los días	◯ 6	2 o 3 veces por mes	◯ 3
3 o 4 días por semana	◯ 5	1 vez al mes o menos	◯ 2
1 o 2 días por semana	◯ 4	1 vez al año o menos	◯ 1

38. ¿Cuántos libros leyó aproximadamente durante el último año?

|_|_|_| NS/NC ◯ 99

39. Durante este último mes, ¿Leyó o está leyendo algún libro?

SI ◯ 1 NO ◯ 2

ENCUESTADOR: a partir de aquí se consulta tanto a lectores (leen en la actualidad) como a ex-lectores (no leen pero leían). Adapte el modo de preguntar según esté entrevistado a un "lector actual" o a un "ex-lector". Ejemplos, lector actual: "¿Usted LEE porque lo requiere su trabajo"; ex-lector: "¿Usted LEÍA porque lo requería su trabajo?"

40. Ahora le voy a leer una serie de motivos para leer libros y quisiera que me diga si usted LEE/LEÍA libros por alguno de ellos. ¿Usted LEE/LEÍA libros porque lo requiere/requería su trabajo?... ¿usted LEE/LEÍA porque lo requieren/requerían sus estudios?... [leer una a una, hasta completar. Registrar "otro motivo" sólo si lo menciona espontáneamente]

40.1. De los motivos por los cuales usted LEE/LEÍA libros, ¿Cuál diría que es el principal por el cual usted LEE/LEÍA libros? ¿Por trabajo, estudio, placer, costumbre, ampliar su cultura? [Registrar en columna "Principal". Incluir "otros motivos" como opción sólo si lo mencionó espontáneamente]

Motivos por los que lee o leía libros	SI	NO	Princ.
40a. ¿Ud. LEE/LEÍA porque lo requiere/requería su trabajo?	◯ 1	◯ 0	◯ 1
40b. ¿Ud. LEE/LEÍA porque lo requieren/requerían sus estudios?	◯ 1	◯ 0	◯ 2
40c. ¿Ud. LEE/LEÍA por gusto, por placer?	◯ 1	◯ 0	◯ 3
40d. ¿Ud. LEE/LEÍA simplemente por costumbre?	◯ 1	◯ 0	◯ 4
40e. ¿Ud. LEE/LEÍA para aprender cosas nuevas, ampliar su cultura gral.?	◯ 1	◯ 0	◯ 5
40f. ¿Ud. LEE/LEÍA por algún otro motivo? [sólo si menciona espontáneamente]	◯ 1	◯ 0	◯ 96
40g. No sabe/No contesta	◯ 1	◯ 0	◯ 99

40fa. ¿Por qué otro motivo?

41. ¿De qué forma ELIGE/ELEGÍA principalmente los libros que LEE/LEÍA?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercero? [Guiada con tarjeta]

De que forma elige o elegía los libros	1º	2º	3º
Por las opiniones sobre libros en diarios, revistas, TV, radios, etc.	◯ 1	◯ 1	◯ 1
Por lo que me recomiendan el librero, vendedor, bibliotecario	◯ 2	◯ 2	◯ 2
Por lo que me recomiendan profesores, docentes, etc.	◯ 3	◯ 3	◯ 3
Por lo que me recomiendan figuras religiosas o figuras políticas	◯ 4	◯ 4	◯ 4
Por lo que me recomiendan familiares y amigos	◯ 5	◯ 5	◯ 5
Por lo que me recomiendan colegas	◯ 6	◯ 6	◯ 6
Por publicidades	◯ 7	◯ 7	◯ 7
Por consulta en internet, bibliotecas o de catálogos	◯ 8	◯ 8	◯ 8
Porque me gusta el autor	◯ 9	◯ 9	◯ 9
Por iniciativa propia, sin ninguna influencia	◯ 10	◯ 10	◯ 10
Otros motivos [sólo si menciona espontáneamente]	◯ 96	◯ 96	◯ 96
No sabe/No contesta	◯ 99	◯ 99	◯ 99

41a. Otros motivos

42. ¿Cómo CONSIGUE/CONSEGUÍA principalmente la mayoría de los libros que usted LEE/LEYÓ? ¿de algún otro modo? ¿de algún otro modo? [Guiada con tarjeta, hasta 3]

De que modo consigue o conseguía libros	1º	2º	3º
Los compro/compraba yo mismo	◯ 1	◯ 1	◯ 1
Los compra/compraba otro miembro de la familia	◯ 2	◯ 2	◯ 2
Me los prestan/prestaban familiares, amigos o compañeros de estudio	◯ 3	◯ 3	◯ 3
Los pido/pedía a préstamo en una biblioteca	◯ 4	◯ 4	◯ 4
Me los regalan/regalaban	◯ 5	◯ 5	◯ 5
Estaban en casa desde hacía tiempo	◯ 6	◯ 6	◯ 6
Los bajo/bajaba de internet	◯ 7	◯ 7	◯ 7
Los fotocopio	◯ 8	◯ 8	◯ 8
Otras formas de acceso [sólo si menciona espontáneamente]	◯ 96	◯ 96	◯ 96
No sabe/No contesta	◯ 99	◯ 99	◯ 99

42a. Otros motivos

43 Ahora le voy a leer un listado de géneros literarios y quisiera que me diga si leyó algún libro de ese género en los últimos 2 años, si los leyó pero hace más de 2 años o si nunca leyó ese género.
¿Leyó durante los últimos 2 años libros de cuentos?
[Sólo si "no leyó cuentos en los últimos 2 años", preguntar…]
¿Y hace más de 2 años, leyó libros de cuentos?
[Leer una a una, hasta completar la grilla]

Géneros	Leyó en últimos 2 años	Leyó hace más de 2 años	Nunca leyó
43a. … cuentos	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43b. …novelas	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43c. …poesía	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43d. …ensayos	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43e. …textos escolares, manuales	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43f. …biografías	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43g. …guiones de cine, teatro o TV	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43h. …científicos o técnicos	◯ 2	◯ 1	◯ 0
43i. …historietas, comics	◯ 2	◯ 1	◯ 0

continuación LIBROS

44. Y respecto a las temáticas de los libros, ¿usted leyó en los últimos 2 años libros de historia? [Sólo quienes respondieron "No"]
¿y hace más de 2 años, leyó libros de historia?
[Leer una a una, hasta completar la grilla]

Temática	Leyó en últimos 2 años	Leyó hace más de 2 años	Nunca leyó
44a. …historia	2	1	0
44b. …humanidades o Cs. Sociales	2	1	0
44c. …política	2	1	0
44d. …religión	2	1	0
44e. …literatura	2	1	0
44f. …psicología, relaciones humanas	2	1	0
44g. …ciencias naturales	2	1	0
44h. …deportes	2	1	0
44i. …policial	2	1	0
44j. … ciencia ficción	2	1	0
44k. …informática, computación	2	1	0
44l. …misterio, terror	2	1	0
44m. …autoayuda	2	1	0
44n. …hobbies	2	1	0
44o. …economía	2	1	0
44p. …arte	2	1	0
44o. …decoración	2	1	0
44r. …empresas, marketing	2	1	0
44s. …sexualidad, erotismo	2	1	0
44t. …ocultismo, parapsicología	2	1	0

45. [Sólo lectores actuales; ex-lectores pasan a 45.1] **Actualmente, ¿usted lee libros más frecuentemente, igual o menos frecuentemente que hace 2 años?**

Leo más que hace 2 años	3
Leo igual	2
Leo menos que hace 2 años	1

45.1. De este listado de frases, ¿cuál expresa mejor el motivo principal por el cual actualmente lee menos/no lee/nunca leyó libros? ¿y en segundo lugar? ¿y en tercero? [Guiada con tarjeta, hasta 3]

Porque lee menos libros que antes/No lee libros	1º	2º	3º
Por cuestiones económicas (no tiene plata, no puede comprarlos, le parecen caros)	1	1	1
Porque no le interesa/perdió el interés en leer libros	2	2	2
Por problemas de salud para leer (vista, concentración, etc.)	3	3	3
Porque ya no estudia	4	4	4
Por falta de tiempo	5	5	5
Otros motivos [sólo si menciona espontáneamente]	96	96	96
No Sabe/No Contesta	99	99	99

45.1a. Especificar otros motivos

46. Del siguiente listado de cuestiones, ¿Cuál sería de mejor ayuda para que usted pueda leer más libros? ¿y en segundo lugar? ¿y en tercero? [Guiada con tarjeta, hasta 3]

Que le ayudaría a leer más libros	1º	2º	3º
Contar con más tiempo libre	1	1	1
Que los libros sean más baratos/tener más dinero	2	2	2
Solucionar problemas de vista	3	3	3
Tener más tranquilidad para poder concentrarse	4	4	4
Aprender a leer mejor, practicar más lectura	5	5	5
Otras ayudas [sólo si menciona espontáneamente]	96	96	96
No Sabe/No Contesta	99	99	99

46a. Especificar otras ayudas

47. ¿Cuántos libros tienen aproximadamente en su casa?

|_|_|_|_| [Si tiene menos de 5 libros, ir a 48]

47a/j. ¿Tienen en su casa libros de texto o manuales escolares?, ¿y tienen en su casa libros de…? [Leer una a una, hasta completar la grilla]
¿Tiene libros de algún otro tipo?
47.1. ¿De cuál de estos tipos de libros hay más en su casa?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercero?

Que tipos de libros hay en su casa	SI	NO	1º	2º	3º
47a …de texto o manuales escolares	1	0	1	1	1
47b …de estudios terciarios o universitarios?	1	0	2	2	2
47c …religiosos?	1	0	3	3	3
47d … de su trabajo, técnicos o profesionales?	1	0	4	4	4
47e …de literatura?	1	0	5	5	5
47f …para niños?	1	0	6	6	6
47g …de autoayuda?	1	0	7	7	7
47h …de cocina, decoración, jardinería o para el hogar en general?	1	0	8	8	8
47i …de algún otro tipo	1	0	9	9	9

47ia. Especificar otro tipo

48. ¿Usted lee textos fotocopiados o impresos de la computadora?
SI 1 NO 2

49. ¿Lee capítulos de libros fotocopiados?…¿lee apuntes de clase fotocopiados? [leer una a una, hasta completar la grilla]

Que tipos de fotocopias hay en su casa	SI	NO
49a Capítulos de libros	1	0
49b Apuntes de clase	1	0
49c Escritos o trabajos no publicados	1	0
49d Artículos de diarios o revistas	1	0
49e Libros enteros	1	0

COMPRA DE LIBROS

50. ¿Ud. compró libros durante el último año?

SI	1	NO [a 52]	0	NS/NC [a 52]	99

51. ¿Cuántos libros compró, aproximadamente, el último año?

|_|_|_| NS/NC 99

52. ¿Con qué frecuencia compra libros habitualmente?

Todos los meses	5	Menos de 1 vez al año	2
3 o 4 veces al año	4	No recuerdo, pocas veces en mi vida compré libros	1
1 o 2 veces al año	3	Nunca compré	0 [a 55.1]

53. Ahora le voy a leer algunos lugares donde se venden libros y quisiera que me diga si compró en ellos durante los últimos 2 años. De no ser así, si compró en ellos hace más de 2 años o si nunca compró en esos lugares.
53a/l. En librerías de libros nuevos a la calle, ¿compró algún libro en los últimos 2 años? (Solo los No) ¿Y hace más de 2 años, compró algún libro en librerías de nuevos a la calle?
[Leer uno a uno, hasta completar la grilla]

Frecuencia con que compra libros en..	Hasta 2 años	Hace más de 2 años	Nunca compró allí
53a. …en librerías de libros nuevos a la calle? (no en shopping)	2	1	0
53b. …en librerías de libros usados?	2	1	0
53c. …en librerías donde se puede tomar algo y leer?	2	1	0
53d. …en librerías de shoppings? (no a la calle)	2	1	0
53e. …en kioscos?	2	1	0
53f. …en puestos de ventas de parques o plazas?	2	1	0
53g. …por internet?	2	1	0
53h. …supermercados?	2	1	0
53i. …a vendedores domiciliarios / círculo de lectores?	2	1	0
53j. …en clubes de libros?	2	1	0
53k. …en escuelas o universidades?	2	1	0
53l. …en alguna feria del libro?	2	1	0
53m. …en otros lugares [sólo si menciona espontáneamente]	2	1	0

53m. Especificar otro lugar

continuación COMPRA DE LIBROS

54. Ahora le voy a mencionar algunos motivos para comprar libros y quisiera que me diga con qué frecuencia usted compra libros por ese motivo.

54a/e. ¿Compró durante los últimos 2 años algún libro para leer Ud. mismo?; [Sólo los No] **¿y compró algún libro para leer Ud. mismo hace más de 2 años?...** [Leer uno a uno, hasta completar el listado]

Géneros	Hasta 2 años	Más de 2 años	No compra
54a ...para leer usted mismo?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
54b ...para algún otro miembro de la familia?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
54c ...para regalar?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
54d ...para coleccionarlos, sólo por el deseo de tenerlos?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
54e …por otro motivo? [sólo si menciona espontáneamente]	▢ 2	▢ 1	▢ 0

54ea. Especificar otro lugar

55. Respecto a años anteriores, ¿usted compra más, igual o menos libros?

Compra más	◯ 3 → [a 56]
Compra igual	◯ 2 → [a 56]
Compra menos	◯ 1

55.1. De este listado de frases, ¿cuál expresa mejor el motivo principal por el cual nunca compró libros / actualmente compra menos libros que antes?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercero? [Guiada con tarjeta, hasta 3]

Porque compra menos libros	1º	2º	3º
Por cuestiones económicas (no tiene plata, está sin trabajo, no puede comprarlos)	▢ 1	▢ 1	▢ 1
Porque no le interesa/perdió el interés en leer libros	▢ 2	▢ 2	▢ 2
Por problemas de salud para leer (vista, concentración, etc.)	▢ 3	▢ 3	▢ 3
Porque ya no estudia	▢ 4	▢ 4	▢ 4
Porque no tiene tiempo	▢ 5	▢ 5	▢ 5
Otros motivos [sólo si menciona espontáneamente]	▢ 96	▢ 96	▢ 96
No Sabe/No Contesta	▢ 99	▢ 99	▢ 99

55.1a. Especificar otro motivo

56. En su opinión, ¿los libros en general, son caros, baratos o ni caros ni baratos?

Caros	▢ 2	Baratos	▢ 3
Ni caros ni baratos	▢ 1	NS/NC	▢ 99

56.1. Si los libros bajaran su precio un 10 % aproximadamente, ¿Usted compraría muchos más libros que ahora, algunos más o la misma cantidad? [Esperar respuesta]**… ¿y si bajaran un 20 %? ¿y un 30 %? ¿y un 50 %?**

Si bajan los precios, comprarían	Mucho más	Algunos más	Igual
Si bajan un 10 %, compraría…	▢ 2	▢ 1	▢ 0
Si bajan un 20 %, compraría…	▢ 2	▢ 1	▢ 0
Si bajan un 30 %, compraría…	▢ 2	▢ 1	▢ 0
Si bajan un 50 %, compraría…	▢ 2	▢ 1	▢ 0

LIBRERIAS Y BIBLIOTECAS

57. ¿A cuanto tiempo de distancia de su casa o trabajo queda el lugar de venta de libros al público más cercano?

Menos de 15 minutos	▢ 3	1 hora o más	▢ 0
de 15 a 29 minutos	▢ 2	No sabe/No contesta	▢ 99
de 30 a 59 minutos	▢ 1		

58. ¿Concurrió usted a un lugar de venta de libros en los últimos 2 años?

SI ▢ 1 NO ▢ 2 → [a 59]

58.1. ¿Por qué motivos usted diría que concurre a un lugar de venta de libros? [Leer uno a uno, hasta completar]

Motivos por los que concurre al lugar	SI	NO
58a Concurre a comprar?	▢ 1	▢ 0
58b Concurre a mirar, aunque no compre?	▢ 1	▢ 0
58c Concurre para pasear?	▢ 1	▢ 0
58d Concurre para tomar algo en ese lugar	▢ 1	▢ 0
58e Concurre por otro motivos? [sólo si menciona espontáneamente]	▢ 1	▢ 0

58.1a. Especificar otro motivo

58.2. ¿Con qué frecuencia concurre usted a un lugar de venta de libros? [Guiada]

2 o más veces por semana	▢ 6	1 vez por mes	▢ 3
1 vez por semana	▢ 5	Cada 2 o 3 meses	▢ 2
2 o 3 veces por mes	▢ 4	1 o 2 veces por año	▢ 1

59. Cambiando de tema, si usted tuviera que describir una Biblioteca con tres palabras, ¿qué palabras elegiría?

59a. ____________________

59b. ____________________

59c. ____________________

60. De este listado de frases, ¿cuál es para usted la función principal que debe cumplir una Biblioteca?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercero? [Guiada con tarjeta, hasta 3]

Función de las bibliotecas	1º	2º	3º
Prestar libros y materiales de lectura y estudio	▢ 1	▢ 1	▢ 1
Ofrecer un espacio tranquilo para la lectura y el estudio	▢ 2	▢ 2	▢ 2
Conservar y permitir leer libros agotados o que no se venden	▢ 3	▢ 3	▢ 3
Brindar servicios culturales, de internet y similares	▢ 4	▢ 4	▢ 4
Organizar cursos, charlas, jornadas y otras actividades extensión	▢ 5	▢ 5	▢ 5
Ofrecer acceso a información a través de internet	▢ 6	▢ 6	▢ 6
Ayudar a que la gente lea más	▢ 7	▢ 7	▢ 7
Enseñar a la gente a leer	▢ 8	▢ 8	▢ 8
Otros respuestas [sólo si menciona espontáneamente]	▢ 96	▢ 96	▢ 96
No sabe/No contesta	▢ 99	▢ 99	▢ 99

60a. Especificar otras funciones

61. ¿Sabe de la existencia y ubicación de alguna biblioteca en particular?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

61.1/2. Ahora le voy a mencionar distintos tipos de bibliotecas y quisiera que me diga si sabe de la existencia de alguna y si concurrió alguna vez. ¿Conoce alguna biblioteca popular? [sólo si conoce] **¿concurrió alguna vez a una biblioteca popular? ¿conoce alguna biblioteca escolar?** [leer uno a uno todos los tipos, hasta completar]

Tipo de biblioteca		¿Conoce... SI	NO	Ns/Nc		¿Concurrió a... SI	NO	Ns/Nc
…alguna biblioteca popular?	**61.1a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99	**61.2a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99
…alguna biblioteca escolar?	**61.1a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99	**61.2a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99
…la biblioteca nacional?	**61.1a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99	**61.2a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99
…otra biblioteca pública, estatal?	**61.1a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99	**61.2a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99
…alguna biblioteca barrial?	**61.1a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99	**61.2a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99
…alguna biblioteca privada?	**61.1a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99	**61.2a**	▢ 1	▢ 0	▢ 99

62. Habitualmente, ¿con qué frecuencia concurre usted a bibliotecas …? [Leer opciones de respuesta]]

2 o más veces por semana	▢ 6	Cada 2 o 3 meses	▢ 2
1 vez por semana	▢ 5	1 o 2 veces por año	▢ 1
2 o 3 veces por mes	▢ 4	Nunca o casi nunca	▢ 0 → [a 64]
1 vez por mes	▢ 3		

63. ¿Cuál es la principal razón por la que usted concurre a una biblioteca?, ¿alguna otra?, ¿alguna otra? [Espontanea hasta 3]

Motivos de concurrencia a bibliotecas	1º	2º	3º
Para obtener información sobre temas de investigación propios o de los hijos	▢ 1	▢ 1	▢ 1
Para acceder a libros que por razones económicas no puede comprar	▢ 2	▢ 2	▢ 2
Para disfrutar de un lugar donde leer tranquilo, es un ambiente agradable	▢ 3	▢ 3	▢ 3
Para leer libros que están agotados o no se consiguen fácilmente	▢ 4	▢ 4	▢ 4

continuación LIBRERIAS Y BIBLIOTECAS

Para ser participar de cursos, charlas, jornadas y otras actividades	5	5	5
Para retirar libros en préstamo	6	6	6
Para acceder a información por internet	7	7	7
Para ser orientados en la sección de libros	8	8	8
Otras respuestas	96	96	96
No sabe/No contesta	99	99	99

63a Otros motivos

64. [Sólo los que no concurren nunca o casi nunca a bibliotecas]
De este listado de frases, ¿cuál expresa mejor el motivo principal por el cual usted no concurre a las Bibliotecas?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercero? [Guiada con tarjeta, hasta 3]

Que le ayudaría a leer más libros	1º	2º	3º
No necesito ir, tengo acceso al material de lectura que uso	1	1	1
No estoy acostumbrado a ir a bibliotecas	2	2	2
No me interesa, no me gusta ir a bibliotecas	3	3	3
No hay ninguna que me quede cerca	4	4	4
No conozco ninguna buena, no tienen el material que necesito	5	5	5
Otras respuestas	96	96	96
No Sabe/No Contesta	99	99	99

64a. Especificar otros motivos

65. ¿Algún menor de 12 años de su hogar concurrió aunque sea una vez a una biblioteca escolar?
SI 1 NO 0 NS/NC 99

66. Por donde usted vive, ¿Conoce algún espacio (centro de salud, capilla, escuela, club, sociedad de fomento) dónde se realicen charlas o actividades de lectura?
SI 1 NO 0 NS/NC 99

66.1. ¿Concurrió usted a alguna charla o actividad de lectura en ese lugar?
SI 1 NO 0 NS/NC 99

67. ¿Escuchó hablar sobre alguna feria del libro?
SI 1 NO 2

68. ¿Concurrió usted a alguna feria del libro?
SI 1 NO 2

REGALO DE LIBROS (para lectores y no lectores)

69. Cambiando de tema, ¿a usted o a alguien de su hogar le interesaría recibir libros u otro tipo de material de lectura de regalo?
SI 1 NO 2

70. Si les regalan esos libros o material de lectura, ¿usted cree que alguien los leería en su hogar?
Creo que Si 1 Creo que No 0 NS/NC 99

71. Ahora le voy a leer un listado de temas de libros y quisiera que me diga, con un puntaje de 0 a 10, cuánto le interesaría recibir libros sobre ese tema. De 0 a 10, ¿cuánto le interesaría recibir libros de cuentos cortos? ¿y cuánto le interesaría…? [leer una a una, hasta completar]

Contenidos	Puntaje 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
71a Cuentos cortos										
71b Novelas										
71c Poesía										
71d Biografías										
71e Enciclopedias, diccionarios										
71f Textos escolares, manuales										
71g Historia										
71h Política										
71i Sociales (filosofía, antropología, etc)										
71j Cultura, arte, cine, fotografía										
71k Economía, gestión										
71l Medicina, salud										
71m Otros científicos o técnicos										
71n Libros con imágenes para niños										
71o Para jóvenes										
71p Religión										
71q Informática										
71r Cocina, decoración, manualidades										
71s Medio ambiente										
71t Plantas, flores, animales										
71u Deportes										
71v Autoayuda										

71.1. ¿Le interesaría recibir material sobre algún otro tipo de contenido?
SI 1 NO 2

71.1a: ¿De qué tipo? [Especificar]

71.1b: ¿De algún otro tipo? [Especificar]

72. Si tuviera que elegir, ¿preferiría recibir libros o materiales de lectura [Guiada con tarjeta, hasta 3]

…para la escuela o estudio	1	…para el hogar	4
…para el trabajo	2	…sobre hobbies y pasatiempos	5
…sólo para disfrutar de la lectura	3	…sobre oficios	6
…de otro tipo [sólo si menciona espontáneamente]	96	No sabe/no contesta	99

72a: ¿De qué tipo? [Especificar]

73. ¿Por qué no les interesaría recibir ningún tipo de material de lectura?

Porque nadie lee en casa	1	Porque ya tiene suficiente	4
Porque ocupan mucho lugar	2	Porque los libros que me interesan me los compro	5
Otros motivos [Especificar]	96		

POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO DE LECTURA

74. ¿Recibió usted o alguien de su familia, un cuento corto de regalo en una cancha de fútbol, lugar de veraneo, hospital, festival u otro lugar?
SI 1 NO 2

74.1/6. ¿En qué lugar recibió el cuento de regalo?[Espontánea y múltiple]

Recibió cuento en...	SI
74.1. Cancha de fútbol	1
74.2. Lugar de veraneo	1
74.3. Hospital	1
74.4. Festival	1
74.5. No recuerda	1
74.6. En otro lugar	1

74.6a. Especificar otro lugar

75. ¿Participó usted durante los últimos 5 años de alguna actividad de lectura en lugares públicos, como ser escuelas, hospitales, bibliotecas o centros culturales?
SI 1 NO 2

75.1. ¿En qué lugar participó de una actividad de lectura? [Espontánea y múltiple]

Lugar de actividad de lectura	SI
Escuela	1
Centro de salud	1
Club, sociedad de fomento, espacio comunitario	1
Biblioteca	1
En otro lugar	1
No sabe/No contesta	1

75.1a. Especificar otro lugar

76. ¿Concurrió durante los últimos 5 años a una “charla con escritores” en una escuela, teatro o Centro Cultural?
SI 1 NO 2

77. ¿Tenía conocimiento del 0800 cuentos, una línea gratuita para escuchar cuentos que funcionó durante la suspensión de clases por la Gripe A del año 2009?
SI 1 NO 2

LECTURA DIGITAL

78. ¿Usted utiliza PC o computadora, aunque sea de vez en cuando?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

79. ¿Dónde utiliza PC o computadora?[Espontánea y múltiple]

Donde utilizan la PC	SI
79a. En casa	◯ 1
79b. En el trabajo	◯ 1
79c. En la escuela o universidad	◯ 1
79d. En un ciber, locutorio	◯ 1
79e. En bares o restaurantes	◯ 1
79f. En espacios públicos	◯ 1
79g. Otro lugar	◯ 1

79a. Especificar otro lugar

80. ¿Utiliza Internet, aunque sea de vez en cuando?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

81. ¿Dónde accede a Internet?[Espontánea y múltiple]

Donde accede a Internet	SI
81a. En casa	◯ 1
81b. En el trabajo	◯ 1
81c. En la escuela o universidad	◯ 1
81d. En un ciber, locutorio	◯ 1
81e. En bares o restaurantes	◯ 1
81f. En espacios públicos	◯ 1
81g. A través del celular	◯ 1
81h. Otro lugar	◯ 1

81ha. Especificar otro lugar

82. ¿Qué hace principalmente cuando accede a Internet?, ¿ algo más?
[Espontanea, hasta 3]

Que hace en Internet	1º	2º	3º
Revisar correo electrónico	▢ 1	▢ 1	▢ 1
Trabajar, en una oficina, establecimiento o casa	▢ 2	▢ 2	▢ 2
Buscar trabajo	▢ 3	▢ 3	▢ 3
Realizar trámites bancarios	▢ 4	▢ 4	▢ 4
Estudiar	▢ 5	▢ 5	▢ 5
Chatear, Messenger (msn)	▢ 6	▢ 6	▢ 6
Usar redes sociales	▢ 7	▢ 7	▢ 7
Usar juegos	▢ 8	▢ 8	▢ 8
Oír o bajar música	▢ 9	▢ 9	▢ 9
Ver o bajar videos, series, películas	▢ 10	▢ 10	▢ 10
Informarse sobre actividades	▢ 11	▢ 11	▢ 11
Realizar compras-ventas	▢ 12	▢ 12	▢ 12
Leer periódicos o revistas	▢ 13	▢ 13	▢ 13
Otro	▢ 96	▢ 96	▢ 96
No sabe/No contesta	▢ 99	▢ 99	▢ 99

82a. Especificar otro uso

82.1. ¿Consultó alguna vez la disponibilidad de un libro en una biblioteca por internet?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

83. ¿Lee al menos por 10 minutos seguidos y aunque sea de vez en cuando, textos de la pantalla de la PC?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

84. ¿Con qué frecuencia lee algún texto por al menos 10 minutos seguidos, de la pantalla de la PC?

Todos o casi todos los días	▢ 6	2 o 3 veces por mes	▢ 3
3 o 4 días por semana	▢ 5	1 vez al mes o menos	▢ 2
1 o 2 días por semana	▢ 4	1 vez al año o menos	▢ 1

85. Cuando está en la PC, ¿lee mails, frecuentemente, de vez en cuando o no lee?, ¿lee… [leer uno a uno, hasta completar]

¿Qué lee en la PC y con que frecuencia	Frecuentemente	De vez en cuando	No lee
85a …mails?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85b …el diario?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85c …libros?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85d …revistas de algún tipo?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85e …textos laborales (de un trabajo físico o teletrabajo)	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85f …textos informativos o de divulgación (científicos, deportivos, religiosos, etc.)?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85g …noticias, primicias?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85h …comentarios de películas, libros, series, juegos, productos, etc.?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85i …blogs, chats o redes sociales (facebook, hi5, sónico, etc.)?	▢ 2	▢ 1	▢ 0
85j …algún otro tipo de texto? [sólo si menciona espontáneamente]	▢ 2	▢ 1	▢ 0

85ja. Especificar otro texto digital

OTROS PRÁCTICAS Y CONSUMOS CULTURALES

86. ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre?, ¿alguna otra?
[Ëspontanea hasta 3]

Actividades	1º	2º	3º
86a. Ver TV	▢ 1	▢ 1	▢ 1
86b. Escuchar música	▢ 2	▢ 2	▢ 2
86c. Escuchar la radio	▢ 3	▢ 3	▢ 3
86d. Hacer algún trabajo en la casa	▢ 4	▢ 4	▢ 4
86e. Estudiar	▢ 5	▢ 5	▢ 5
86f. Jugar juego de mesa	▢ 6	▢ 6	▢ 6
86g. Jugar juegos virtuales	▢ 7	▢ 7	▢ 7
86h. Tejer	▢ 8	▢ 8	▢ 8
86i. Mirar películas o series en VHS o DVD	▢ 9	▢ 9	▢ 9
86j. Hacer deportes	▢ 10	▢ 10	▢ 10
86k. Visitar o recibir amigos, familiares y gente en gral	▢ 11	▢ 11	▢ 11
86l. Pasear por parques y plazas	▢ 12	▢ 12	▢ 12
86m. Ir a Centros Comerciales, Shoppings	▢ 13	▢ 13	▢ 13
86n. Concurrir a Ferias	▢ 14	▢ 14	▢ 14
86o. Realizar actividades culturales	▢ 15	▢ 15	▢ 15
86p. Salir a tomar algo, comer afuera	▢ 16	▢ 16	▢ 16
86q. Ir a bailar	▢ 17	▢ 17	▢ 17
86r. Ir al club / country	▢ 18	▢ 18	▢ 18
86s. Ir al cine	▢ 19	▢ 19	▢ 19
86t. Ir al teatro	▢ 20	▢ 20	▢ 20
86u. Concurrir a eventos deportivos	▢ 21	▢ 21	▢ 21
86v. Asistir a Recitales	▢ 22	▢ 22	▢ 22
86w. Visitar museos	▢ 23	▢ 23	▢ 23
86x. Asistir a exposiciones, charlas, conferencias	▢ 24	▢ 24	▢ 24
86y. Hacer viajes	▢ 25	▢ 25	▢ 25
86z. Charlar en familia, vida familiar	▢ 26	▢ 26	▢ 26
86za. Leer	▢ 27	▢ 27	▢ 27
86zb. Otras actividades	▢ 96	▢ 96	▢ 96
86ns. No sabe/No contesta	▢ 99	▢ 99	▢ 99

86zba. Especificar otra actividad

87. Ahora le voy a leer una serie de actividades de tiempo libre, y quisiera que me diga si las realiza y con qué frecuencia.
87a/j. ¿Mira televisión todos o casi todos los días, 1 o 2 veces por semana, menos de 1 vez por semana o no mira? [Leer una a una, hasta completar]

Actividades (desde todos los días)	Todos o casi todos los días	Pocas veces por semana	Menos de 1 por semana	No realiza
87a. Ver TV	▢ 3	▢ 2	▢ 1	▢ 0
87b. Escuchar música	▢ 3	▢ 2	▢ 1	▢ 0
87c. Escuchar la radio	▢ 3	▢ 2	▢ 1	▢ 0
87d. Hacer algún trabajo en la casa	▢ 3	▢ 2	▢ 1	▢ 0
87e. Estudiar	▢ 3	▢ 2	▢ 1	▢ 0

continuación **OTROS PRÁCTICAS Y CONSUMOS CULTURALES**

Actividades (desde todos los días)	Todos o casi todos los días	Pocas veces por semana	Menos de 1 por semana	No realiza
87f. Jugar juego de mesa	3	2	1	0
87g. Jugar juegos virtuales	3	2	1	0
87h. Tejer	3	2	1	0
87i. Mirar películas o series en VHS o DVD	3	2	1	0
87j. Hacer deportes	3	2	1	0

87k/r. Aproximadamente, ¿visita o recibe gente al menos 1 vez por semana, 1 vez al mes, menos de 1 vez al mes o casi nunca?
[Leer una a una, hasta completar]

Actividades (desde 1 semana)	1 vez por semana	1 vez por mes	Menos de 1 vez al mes	Nunca casi nunca
87k. Visitar o recibir gente	3	2	1	0
87l. Pasear por parques y plazas	3	2	1	0
87m. Ir a Centros Comerciales, Shoppings	3	2	1	0
87n. Concurrir a Ferias	3	2	1	0
87o. Realizar actividades culturales	3	2	1	0
87p. Salir a tomar algo, comer afuera	3	2	1	0
87q. Ir a bailar	3	2	1	0
87r. Ir al club / country	3	2	1	0

87s/x. Aproximadamente, ¿concurre al cine al menos 1 vez cada 3 meses, 1 vez cada 6 meses, menos de 1 vez cada 6 meses o casi nunca?
[Leer una a una, hasta completar]

Actividades (desde 1 vez cada 3 meses)	1 vez cada 3 meses	1 vez cada 6 meses	Menos de 1vez cada 6 meses	Nunca casi nunca
87s. Ir al cine	3	2	1	0
87t. Ir al teatro	3	2	1	0
87u. Concurrir a eventos deportivos	3	2	1	0
87v. Asistir a Recitales	3	2	1	0
87w. Visitar museos	3	2	1	0
87x. Asistir a exposiciones, charlas, conferencias	3	2	1	0

87z. ¿Realiza viajes al menos 1 vez cada 6 meses, 1 vez por año o menos de 1 vez al año o casi nunca?

1 cada 6 meses	3
2 por año	2
Menos de 1 por año	1
Casi nunca realiza viajes	0

88. Aproximadamente, ¿cuántas horas de tiempo libre tiene en un día de semana?

|__|__|

CONDICIONES DE VIDA Y DATOS DE CLASIFICACIÓN

89. La vivienda está ubicada en... [por observación, no preguntar]

Villa de emergencia	1
Asentamiento	2
Barrio de vivienda social con casas deterioradas (monoblock, casas pequeñas e iguales, o similar)	3
Barrio de vivienda social con casas en buen estado (monoblock, casas pequeñas e iguales, o similar)	4
Barrio con viviendas distintas, pero con predominio de casas deterioradas	5
Barrio con predominio de viviendas en buen estado y de no más de 2 pisos	6
Barrio céntrico con predominio de edificios de departamentos	7
Otro [Describir]	8

90. Tipo de vivienda [por observación, no preguntar]

Casa	1	Departamento	4
Casilla	2	Inquilinato o conventillo	5
Rancho	3	Cuarto de hotel o pensión	6
Otro [Describir]			96

Para finalizar, quisiera hacerle algunas preguntas sobre el hogar que usted habita y la gente que viven con usted.

91. ¿El baño que usan tiene...? [Guiada]

Inodoro c/descarga de agua	1	No tiene inodoro	3
Inodoro s/descarga de agua	2	No tiene baño	4

92. La vivienda que habitan es de uso exclusivo del hogar o compartida con otros hogares?

De uso exclusivo del hogar	1	Compartida con otro/s hogar/es	3

93. ¿Qué cantidad de ambientes totales tiene la vivienda [Excluyendo cuarto de baño y cocina]**?**

|__|__|

94. ¿Cuántas personas en total viven en su hogar?

|__|__|

ENCUESTADOR: Las preguntas que siguen, se leen y se van llenando en la grilla

95.1. ¿Podría decirme el nombre de pila del jefe/a de su hogar?

95.2/n. ¿Podría decirme, incluyendo el suyo, los nombres de pila de las otras personas que viven en su misma casa y comparten la comida?

95.2/n. ¿Qué parentesco tiene (decir el nombre de pila del miembro 2)**… con el jefe del hogar?...**
(repetir, una a una, las preguntas 109 a 118, a cada miembro hasta completar la lista)

96. ¿Qué edad tiene (leer el nombre de pila del jefe/miembro del hogar)?

97. ¿Cuál es el sexo de (leer el nombre de pila del jefe/miembro del hogar)**?**

98. (leer el nombre de pila del jefe/miembro)**, ¿asiste a la escuela, no asiste pero asistió o nunca asistió?**

99. (leer el nombre de pila del jefe/miembro)**, ¿sabe leer?**

100. (leer el nombre de pila del jefe/miembro)**, ¿lee aunque sea una vez por semana y por más de quince minutos seguidos, diarios, libros, revistas o algún otro tipo de material?**

101. (leer el nombre de pila del jefe/miembro)**, ¿leyó al menos un libro en el último año?**

102. (leer el nombre de pila del jefe/miembro)**, ¿Lee el diario al menos una vez por semana?**

103. (leer el nombre de pila del jefe/miembro)**, ¿Lee aunque sea una vez por semana de la pantalla de la PC mails, blogs, el diario o algún otro tipo de texto?**

104. (leer el nombre de pila del jefe/miembro)**, ¿Envía y recibe mensajes de texto por celular?**

Nº miembro	95.1 Nombre de pila Anotar Nombre	95.2 Parentesco 2 Cónyuge 3 Hijo/a 4 Otro familiar 5 Otro No familiar	96 Edad Años	97 Sexo 1 Varón 0 Mujer	98 Asiste escuela 1 Asiste 2 Asistió 3 Nunca Asistió	99 ¿Sabe leer? 1 SI 0 NO 99 NS/NC	100 ¿Lee algo? 1 SI 0 NO 99 NS/NC	101 ¿Lee libros? 1 SI 0 NO 99 NS/NC	102 ¿Lee el diario? 1 SI 0 NO 99 NS/NC	103 ¿Lee en PC? 1 SI 0 NO 99 NS/NC	104 ¿Envia sms? 1 SI 0 NO 99 NS/NC
1		1 Jefe									
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											

105.ENCUESTADOR: consignar el número de miembro del respondente:

ENCUESTADOR: si en el hogar no vive al menos 1 niño de 6 años o menos, pasar a 128

106. En su hogar ¿Acostumbran leer a los niños?

SI ☐ 1 | NO ☐ 0 | NS/NC ☐ 99

106.1. ¿Quién o quienes leen habitualmente a los niños?
[Espontánea y múltiple]

La madre	◯ 1
El padre	◯ 2
Los hermanos o hermanas	◯ 3
Los abuelos o abuelas	◯ 4
Otro familiar [especificar 120.5a]	◯ 5
Otro no familiar [especificar 120.6a]	◯ 6
Los niños leen solos	◯ 7
No sabe/No contesta	◯ 8

107. ¿Qué tipo de textos suelen leerles?, ¿algún otro?, ¿algún otro?
[Ëspontanea hasta 3]

Tipo de texto	1º	2º	3º
Libros infantiles	☐ 1	☐ 1	☐ 1
Revistas infantiles	☐ 2	☐ 2	☐ 2
Libros de imágenes	☐ 3	☐ 3	☐ 3
Textos escolares	☐ 4	☐ 4	☐ 4
Textos Informativos, enciclopedias	☐ 5	☐ 5	☐ 5
Diarios y/o revistas generales	☐ 6	☐ 6	☐ 6
Folletos	☐ 7	☐ 7	☐ 7
Otros (especificar)	☐ 96	☐ 96	☐ 96

108. ¿Cómo acceden a los materiales que les leen a los niños?
[Espontánea y múltiple]

Los compran	◯ 1
Los reciben prestados de familiares y/o amigos	◯ 2
Los solicitan a las bibliotecas escolar o popular en préstamo	◯ 3
Los leen en Internet	◯ 4
Se los dan en algún plan o programa del Estado	◯ 5
Otro (especificar)	◯ 96

109. ¿Los niños que pertenecen a este hogar le piden que le lean?

SI ☐ 1 | NO ☐ 0 | NS/NC ☐ 99

110. En su hogar ¿les leen a los niños porque les brinda posibilidades de aprender?... ¿Les leen porque… [leer uno a uno todo, hasta completar el listado]

Motivos para leer a los niños	SI	NO
110a …porque les brinda posibilidades de aprender?	☐ 1	☐ 0
110b …porque les gusta, los entretiene?	☐ 1	☐ 0
110c …porque lo piden?	☐ 1	☐ 0
110d …porque promueve la imaginación y fantasía?	☐ 1	☐ 0
110e …porque fortalece el vínculo con los niños?	☐ 1	☐ 0
110f …porque es importante que los niños sean lectores	☐ 1	☐ 0
110g …para que se familiaricen con buenos autores?	☐ 1	☐ 0
110h …porque es una exigencia o sugerencia de la escuela?	☐ 1	☐ 0
110i …porque les ayuda a dormir mejor?	☐ 1	☐ 0
110j …por otro motivo? [sólo si menciona espontáneamente]	☐ 1	☐ 0

110ja. Especificar otro motivo

111. Además de leerle, ¿alguien en el hogar les narra historias a los niños, es decir, les cuenta cuentos o historias oralmente y sin libros de por medio, aunque sea de vez en cuando?

SI ☐ 1 | NO ☐ 0 | NS/NC ☐ 99

112. ¿Con qué frecuencia les narran historias a los niños?

Siempre ☐ 3 | Algunas veces ☐ 2 | Muy rara vez ☐ 1

113. ¿Qué tipos de cuentos o historias les narran?, ¿algún otro?, ¿algún otro?
[Ëspontanea hasta 3]

Tipo de narraciones	1º	2º	3º
Anécdotas familiares	☐ 1	☐ 1	☐ 1
Cuentos infantiles clásicos	☐ 2	☐ 2	☐ 2
Cuentos infantiles inventados	☐ 3	☐ 3	☐ 3
Leyendas	☐ 4	☐ 4	☐ 4
Poesías	☐ 5	☐ 5	☐ 5
Relatos históricos	☐ 6	☐ 6	☐ 6
Otros (especificar)	☐ 96	☐ 96	☐ 96

114. Necesitaría que me indique si el PSH, la persona que más aporta para el sostén de este hogar, vive en esta casa.

SI ☐ 1 | NO ☐ 2 → [a 116]

115. ¿Es usted el PSH (principal sostén del hogar)?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

116. [Sólo si el PSH no vive en la casa] **¿Podría decirme quién es el Jefe de este hogar?**

Entrevistado	▢ 1	Otro Miembre del hogar	▢ 2

117. [A Todos] **¿Cuál es el máximo nivel educativo alcanzado por el PSH** [Jefe si el PSH no vive en el hogar]**?**

Educación del PSH	
Inicial (jardín-preescolar)	◯ 1
Primario Incompleto	◯ 2
Primario Completo	◯ 3
EGB. Incompleto	◯ 4
EGB. Completo	◯ 5
Secundario Incompleto	◯ 6
Secundario Completo	◯ 7
Polimodal Incompleto	◯ 8
Polimodal Completo	◯ 9
Terciario No Universitario Incompleto	◯ 10
Terciario No Universitario Completo	◯ 11
Universitario Incompleto	◯ 12
Universitario Completo	◯ 13
Posgrado	◯ 14
No sabe/No contesta	◯ 99

118. Necesitaría que me indique si el PSH [Jefe si el PSH no vive en el hogar] **actualmente**

Trabaja	◯ 1
es Jubilado / Pensionado	◯ 2
está Desocupado	◯ 3
es Ama de casa	◯ 4
es Estudiante	◯ 5

119. ¿El PSH [Jefe si el PSH no vive en el hogar] **tiene...?**

Una ocupación	▢ 1	Más de una ocupación	▢ 2

120. En su trabajo principal, ¿el PSH [Jefe si el PSH no vive en el hogar] **trabaja.....?**[Si tiene más de una ocupación referirse a la que más ingresos le genera]

…en relación de dependencia	▢ 1	…por cuenta propia	▢ 2

121. ¿El PSH [Jefe si el PSH no vive en el hogar] **cuántas personas tiene a cargo/cuantos empleados tiene?**

|__|__|

121a. Por favor, ¿me podría describir con máximo detalle la ocupación del PSH [Jefe si el PSH no vive en el hogar]**?**
¿Podría describirme cual es su tarea?
DESCRIPCIÓN DE OCUPACIÓN

122. ENCUESTADOR: PARA MARCAR EL TIPO DE OCUPACIÓN EN LA GRILLA, REALICE ESTAS PREGUNTAS: ¿el PSH/JEFE es dueño, socio, director o gerente de la empresa?, ¿trabaja por cuenta propia o en relación de dependencia?, ¿el puesto del PSH/JEFE es de calificación técnica o profesional?, ¿Cuál es el rango del PSH en la empresa/dependencia?

Ocupación	Puntos
Dueño, socio de empresas de más de 50 empleados – Alta dirección	32
Dueño, socio de empresas de 6 a 50 empleados – Alta Gerencia	28
Dueño, socio de empresas de 1 a 5 empleados – Gerencias	22
Profesionales independientes sin empleados a cargo. Jefes intermedios	16
Técnicos independientes y en relación de dependencia	12
Comerciantes sin personal o artesanos o empleados especializados o supervisores o capataces	10
Autónomos especializados, empleados sin jerarquía	7
Obrero calificado, especializado	6
Autónomo no calificado, personal no calificado	4
Ocupación informal	2
Pasivos (jubilados, pensionados)/ inactivos	4
Desocupados	2

123. Sin contar al PSH ¿Cuántas personas de las que viven en este hogar aportan dinero para afrontar los gastos de esta casa (ya sea a través de sueldos, honorarios, tickets, subsidios, jubilaciones, pensiones, ayudas de familiares que no viven en la casa, changas, rentas o cualquier otra forma de ingreso)?

|__|__|

124. ¿El PSH (Jefe si el PSH no vive en el hogar) o el cónyuge / pareja, qué tipo de cobertura de salud tienen? (Guiada,múltiple)

Servicio de emergencias	◯ 1
Obra social	◯ 2
Mutual o prepaga	◯ 3
Ninguna	◯ 0
No sabe/No contesta	◯ 99

125. [Sólo quienes no tienen "Ninguna" cobertura de salud] **¿Se atiende mayoritariamente en...?**

Hospital público	▢ 1	Consulta / Atención particular	▢ 2

126. ¿Poseen en su casa Computadora personal?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

127. ¿Poseen en su casa Conexión a internet (gratis o paga)?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

128. ¿El PSH (o Jefe) o el cónyuge / pareja tiene tarjeta de débito bancaria?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

129. ¿Poseen en su casa algún auto o utilitario para uso familiar?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

129.1 ¿Alguno de ellos es modelo 96 en adelante?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

129.2 ¿Cuántos?

|__|__|

130. Volviendo a usted, ¿Durante la semana anterior, trabajó aunque sea por una hora?

SI ▢ 1 NO ▢ 2

131.1. ¿En los últimos 30 días buscó trabajo de alguna manera activa, es decir, contestó avisos clasificados, concurrió a entrevistas, puso carteles, consultó con parientes o amigos, hizo algo para iniciar un trabajo por su cuenta?

SI ▢ 1 → [a 135] NO ▢ 2

132.2. ¿Trabajó en alguna oportunidad?

SI ▢ 1 NO ▢ 2 → [a 138]

133.3. Considerando todas sus ocupaciones, ¿durante esa semana que trabajó, durante cuantas horas lo hizo?

Menos de 10 hs.	◯ 1
10 a 19 hs.	◯ 2
20 a 34 hs.	◯ 3
35 a 45 hs.	◯ 4
46 a 59 hs.	◯ 5
60 hs. Y más	◯ 6
No sabe/No contesta	◯ 99

ENCUESTADOR: si el entrevistado/respondente es el PSH ir a 135

134a. Por favor, ¿me podría describir con máximo detalle cuál es su ocupación?, ¿Podría describirme cual es su tarea?
[Si tiene más de una ocupación referirse a la que más ingresos le genera]
DESCRIPCIÓN DE OCUPACIÓN

134. ENCUESTADOR, PARA MARCAR EL TIPO DE OCUPACIÓN EN LA GRILLA, REALICE ESTAS PREGUNTAS: ¿es dueño, socio, director o gerente de la empresa?, ¿cuántas personas tiene a cargo?, ¿trabaja por cuenta propia o en relación de dependencia?, ¿su puesto es de calificación técnica o profesional?, ¿Cuál es su rango en la empresa/dependencia?

Ocupación	Puntos
Dueño, socio de empresas de más de 50 empleados – Alta dirección	32
Dueño, socio de empresas de 6 a 50 empleados – Alta Gerencia	28
Dueño, socio de empresas de 1 a 5 empleados – Gerencias	22
Profesionales independientes sin empleados a cargo. Jefes intermedios	16
Técnicos independientes y en relación de dependencia	12
Comerciantes sin personal o artesanos o empleados especializados o supervisores o capataces	10
Autónomos especializados, empleados sin jerarquía	7
Obrero calificado, especializado	6
Autónomo no calificado, personal no calificado	4
Ocupación informal	2
Pasivos (jubilados, pensionados)/ inactivos	4
Desocupados	2

135. En su trabajo actual o en algún trabajo anterior, ¿usted fue empleado asalariado, es decir, cumpliendo un horario más o menos fijo y cobrando un salario periódicamente?

SI ☐ 1 NO ☐ 2

135.1. Cuando fue empleado asalariado, ¿siempre le realizaron aportes previsionales, sólo en algunos trabajos le realizaron aportes o nunca le realizaron aportes?

Siempre tuvo aportes	◯ 2
Solo en algunos	◯ 1
Nunca tuvo aportes	◯ 0

136. ¿Alguna vez leyó sus derechos y obligaciones como trabajador?

SI ☐ 1 NO ☐ 2

136.1. ¿Quien le suministró esa información?

Su empleador	◯ 1
La gente del sindicato	◯ 2
Otros compañeros de trabajo	◯ 3
La buscó por sus propios medios	◯ 4
Se la suministró un organismo público	◯ 5
De otra manera (especificar)	◯ 96
No recuerda	◯ 99

137. ¿Leyó alguna vez el convenio colectivo correspondiente a ese trabajo?

SI ☐ 1 NO ☐ 2

137.1. ¿Quien le suministró esa información?

Su empleador	◯ 1
La gente del sindicato	◯ 2
Otros compañeros de trabajo	◯ 3
La buscó por sus propios medios	◯ 4
Se la suministró un organismo público	◯ 5
De otra manera (especificar)	◯ 96
No recuerda	◯ 99

138. ¿Qué nivel cursa en la escuela? / ¿Cuál fue el nivel más alto que cursó?

Inicial (jardín-preescolar)	◯ 1
Primario Incompleto	◯ 2
Primario Completo	◯ 3
EGB. Incompleto	◯ 4
EGB. Completo	◯ 5
Secundario Incompleto	◯ 6
Secundario Completo	◯ 7
Polimodal Incompleto	◯ 8
Polimodal Completo	◯ 9
Terciario No Universitario Incompleto	◯ 10
Terciario No Universitario Completo	◯ 11
Universitario Incompleto	◯ 12
Universitario Completo	◯ 13
Posgrado	◯ 14
No sabe/No contesta	◯ 99

FIN DE LA ENCUESTA. MUCHAS GRACIAS!

Observaciones

Entre la biblioteca y Google, entre el *cyber* y las *netbooks* de Conectar Igualdad, existe una multiplicidad de oportunidades para la lectura y un sinfín de experiencias sociales diferentes en las que conviven y se solapan los nuevos contextos de lectura y en las que se generan nuevas maneras de leer.

Este libro, que incluye los resultados de Encuesta Nacional de Lectura impulsada por la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, el Ministerio de Educación y otros organismos públicos en el marco del Consejo Nacional de Lectura, aporta valiosos datos sobre las experiencias de lectura de los argentinos y permite observar los cambios y continuidades en las prácticas, preferencias, motivaciones y tiempo dedicado a la lectura.

Pero, sobre todas las cosas, la realización de este libro dispara nuevos interrogantes para entender cada vez más cómo evoluciona la lectura, en especial, el salto de los libros a las pantallas.

9 789871 968107

nuestraCultura

Secretaría de Cultura
Presidencia de la Nación